



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

GAY-MATKAILIJAN MUOTOKUVA

Suomalaisen gay-matkailijan profilointi

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-alan
koulutusohjelma
Majoitustoiminta
Opinnäytetyö
Kevät 2013
Jussi Mäki

Lahden ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

MÄKI, JUSSI:

Gay-matkailijan muotokuva
Suomalaisen gay-matkailijan profilointi

Majoitustoiminnan opinnäytetyö, 63 sivua, 18 liitesivua

Kevät 2013

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee suomalaisia gay-matkailijoita. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää millaisia matkailijoita suomalaiset homot ja lesbot ovat sekä muodostaa tutkimustulosten pohjalta erilaisia matkailijaprofiileja kyseisestä matkailijaryhmästä. Tämän lisäksi halusin tutkia myös gay-matkailijoihin liitettyjen stereotyyppien paikkansapitävyyttä suomalaisten homoseksuaalien kohdalla. Työn toimeksiantajana toimi MyWay Solutions yhtiön tuottama Qlife -matkailupalvelu.

Työn teoriaosuudessa käsittelen tutkimukseni kohderyhmää rajaavaa tekijää eli homoseksuaalisuutta, homojen ja lesbojen matkailusta käytettyä gay-matkailun käsitettä sekä ylipäättään matkailijoiden luokittelua. Työn keskeisimmät käsitteet ovat matkailu, matkailijat, seksuaalivähemmistö, gay-matkailu ja gay-matkailijat.

Tutkimusmenetelmänä toimi kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimusmenetelmä. Aineistonkeruu toteutettiin internetissä kyselylomakkeella, joka sisälsi sekä avoimia, että suljettuja kysymyksiä. Kyselyyn vastasi 165 henkilöä, jotka määrittelivät itsensä homoseksuaaliksi. Kyselylomakkeella saatuja vastauksia analysoitiin Excel-tilukkolaskentaohjelman avulla, ja klusterianalyysi toteutettiin SPSS tilasto-ohjelmalla.

Tutkimustulokset osoittivat, että suomalaiset gay-matkailijat muodostavat hyvin moninaisen matkailijaryhmän, jossa on havaittavissa kaikki sateenkaaren eri värit. Tutkimustuloksista paljastui kuitenkin joitain yhteneväisyyksiäkin kuten se, että useimmat vastaajista olivat korkeasti koulutettuja ja vain hyvin harvoilla oli huolehdittavanaan lapsia. Matkailutottumusten suhteen yhtenäisyyttä oli havaittavissa lähinnä kotimaanmatkailussa, jota vastaajat toteuttivat useamman kerran vuodessa pääasiallisesti ystäviä, sukulaisia ja tuttavien tavatakseen. Ulkomaanmatkailun suhteen tulokset jakaantuivat laajasti. Esimerkiksi osa vastaajista ei juurikaan matkustanut ulkomailla, kun toiset tekivät yli kymmenen ulkomaanmatkaa vuodessa.

Klusterianalyysin avulla muodostamani kolme matkailijaprofiilia esittelen luvussa seitsemän ja lisäksi tarkastelen niitä kolmen matkailijoiden luokitteluteorian kautta.

Asiasanat: matkailijatyypittely, seksuaalivähemmistö, homoseksuaalisuus, gay-matkailu, gay-matkailijat

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism and Hospitality management

MÄKI, JUSSI:

Portrait of a gay traveler
Profiling a Finnish gay traveler

Bachelor's Thesis in Hotel management 63 pages, 18pages of appendices

Spring 2013

ABSTRACT

This thesis deals with Finnish gay tourists. The purpose of the research was to discover what kind of travelers Finnish gays and lesbians are and form different tourist profiles of this traveler group through the results. In addition, I wanted to research if the stereotypes of a gay tourist are accurate among Finnish homosexuals. The client of this thesis was Qlife Travel Service which is part of MyWay Solutions Company.

In the theoretical part, I deal with homosexuality which defines the target group of my research, the concept of gay tourism and traveler classification in overall. The essential concepts of this work are tourism, tourist, sexual minority, gay tourism and gay tourist.

The research method was quantitative and the data was collected on the internet by questionnaire which consisted of both open and closed questions. There were 165 respondents who determined themselves homosexual. The answers were analyzed using Microsoft Office Excel spreadsheet and the Cluster analysis was performed by SPSS Statistics.

The results showed that the Finnish gay tourists form a very multifold traveler group in which can be noticed all the colors of the rainbow. However, there was also some congruence between the answers of the respondents as for example that most were highly educated and only few had children to take care of. What comes to travel habits, there were more congruence in domestic tourism than in international tourism. Domestic tourism was typically performed several times per year and the reason was mainly to see friends and relatives. The results in international tourism differed widely. For example, some respondents traveled abroad hardly at all while others did more than ten trips per year.

The Cluster analysis gave us three different tourist profiles which will be presented in chapter seven, in which I also reflected those profiles to three different traveler classification theories.

Key words: Traveler classification, sexual minority, homosexuality, gay tourism, gay tourist

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen kohde	1
1.1	Tutkimusaiheen raja	2
1.2	Tutkimuksen tavoite ja toimeksiantaja	2
1.3	Käsitteet ja teoriat	3
1.3.1	Matkailu ja matkailijat	3
1.3.2	Seksuaali- ja sukupuolivähemmistö	5
1.3.3	Gay-matkailu ja gay-matkailijat	5
1.3.4	Teoriat	6
1.4	Tutkimuskysymykset	7
1.5	Aineisto ja menetelmät	7
1.6	Tutkimuksen kulku	8
2	SUKUPUOLI JA SEKSUAALISUUS	9
2.1	Sukupuolivähemmistöt	9
2.2	Seksuaalivähemmistöt ja seksuaalinen suuntautuminen	10
2.2.1	Homoseksuaalisuus	11
2.2.2	Biseksuaalisuus	12
2.2.3	Muita seksuaalisuuden ilmenimismuotoja	13
2.3	Synonyymejä ja lyhenteitä	13
3	GAY-MATKAILU ILMIÖNÄ	15
3.1	Matkailu	15
3.2	Vapaa-ajan matkailu eli turismi	16
3.3	Gay-matkailu	16
3.3.1	Gay-matkailun kansainvälinen kehitys	17
3.3.2	Gay-matkailu Suomessa	18
3.3.3	Gay space eli homotila	18
3.3.4	Gay-matkailija	19
3.3.5	Stereotyyppisiä oletuksia gay-matkailijoista	20
4	MATKAILIJAN PROFILOINTI	22
4.1	Segmentointi	22
4.2	Plogin luokittelu	23
4.3	Cohenin luokittelu	24
4.4	McIntoshin ja Goeldnerin luokittelu	25

4.5	Cromptonin luokittelu	25
5	TUTKIMUSMENETELMÄ	27
5.1	Kvantitatiivinen tutkimus	27
5.2	Perusjoukko, otanta ja otos	27
5.3	Kyselylomake	28
5.3.1	Saatekirje	30
5.4	Tutkimuksen kokonaisluotettavuus	30
5.4.1	Reliaabelius	30
5.4.2	Validius	31
6	TUTKIMUSTULOKSET	32
6.1	Demografiset ja maantieteelliset indikaattorit	32
6.2	Ruokakunnan koko ja lapset	35
6.3	Sosio-ekonomiset indikaattorit	36
6.4	Harrastajarakenne	39
6.5	Kotimaanmatkailu	39
6.6	Ulkomaanmatkailu	42
6.7	Gay-matkailijan stereotypiat	47
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	52
7.1	Matkailijaprofiilit	53
7.1.1	Ryhmä 1: Ulos kaapista edes loman ajaksi	53
7.1.2	Ryhmä 2: Kulttuurikohteet kuin toinen koti	54
7.1.3	Ryhmä 3: Laatuaikaa kumppanin kanssa	54
7.2	Matkailijaprofiilit eri teorioiden valossa	55
8	LOPPUSANAT	57
	PAINETUT LÄHTEET	59
	SÄHKÖISET LÄHTEET	62
	LIITTEET	64

1 JOHDANTO

Minulla oli jo pitkään ennen opinnäytetyöprosessin alkua ollut tiedossa, että haluan lähteä tekemään opinnäytetyötäni jollain tavalla seksuaalivähemmistöihin liittyen. Olen itsekin homoseksuaali, joten tämä on minulle ikään kuin sydämen asia. Matkailun alan opintojeni aikana tein useampia pienimuotoisia tehtäviä seksuaalivähemmistöjen matkailuun liittyen, joten opinnäytetyö samasta aihealueesta oli siten melko luonnollinen jatkumo. Aihe on mielestäni tärkeä, sillä maailmalla gay-matkailijat nähdään jo merkittävänä matkailijaryhmänä ja Suomessakin tämä kohderyhmä aletaan vihdoinkin huomata. Esimerkkinä mainittakoon, että maaliskuun alussa 2013 Tjäreborg matkatoimisto päätti lopulta käyttää suutelevaa naisparia mainoksessaan (Jokinen 2013). Ennen kuin matkailualan yritysten kannattaa lähestyä kyseistä kohderyhmää, on syytä selvittää millaisia matkailijoita ryhmä pitää sisällään.

1.1 Tutkimuksen kohde

Matkailututkimuksen kohteeksi voidaan valita Jafarin (1977) näkemyksen mukaan joko ihminen, elinkeino tai niiden molempien yhteiset vaikutukset kohdemaahan tai -alueeseen (Vuoristo 2002, 22). Tämän tutkimuksen kohteeksi olen valinnut ihmisen eli matkailijan. Kohdistan tutkimukseni koskemaan matkailijoista kuitenkin ainoastaan suomalaisia gay-matkailijoita. Perustelut juuri tämän matkailijaryhmän tutkimiseen löytyvät stereotyyppisestä oletuksesta, jonka mukaan homoseksuaalit ovat erityisen potentiaalinen asiakasryhmä matkailualalle. Nämä stereotyyppiset oletukset, joiden mukaan gay-matkailijat matkustaisivat enemmän ja kuluttaisivat matkoillaan enemmän kuin muu väestö, perustuvat erilaisiin tutkimuksiin, joita on esimerkiksi Kanadassa toteutettu (Canadian Gay & Lesbian Chamber of Commerce 2007). Samansuuntaista viestiä on kuitenkin kantautunut jo Suomestakin. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston markkinointipäällikkö Kari Heinosen mukaan keskimääräinen päiväkävijä kuluttaa kaupungissa noin 55€, kun taas gay-matkailijalta vastaava summa on jopa noin 100€ (Vettanen 2011). Suomalaista gay-matkailua ja suomalaisia gay-matkailijoita on tutkittu kuitenkin hyvin vähän ja nekin tutkimukset, joita aiheesta on tähän mennessä toteutettu painottuvat lähinnä seksuaalivähemmistöille

suunnattuihin Gay Pride -tapahtumiin, joihin matkustaminen on kuitenkin vain se näkyvin osa gay-matkailusta.

1.1 Tutkimusaiheen rajaus

Matkailu jaotellaan usein kahteen pääluokkaan, jotka ovat työmatkailu ja vapaa-ajan matkailu. Työmatkustus on työtehtävien hoitamiseen liittyvää matkustamista, jonka kustantaa yleensä työnantaja. Työmatkustuksessa esimerkiksi matkakohde ei useinkaan ole matkailijan omista lähtökohdista pohjautuvaa, vaan matkakohteen määrittelee paikka, jossa liiketoimintaan liittyviä asioita on hoidettava. (Verhelä 2000, 13–14.) Sen sijaan vapaa-ajan matkustuksessa henkilön omat intressit ja tarpeet vaikuttavat niin matkustustiheyteen, matkakohteen valintaan kuin itse toimintaan matkan aikana. Tutkimuksessani olen kiinnostunut seksuaalisen suuntautumisen vaikutuksista matkailuun liittyvissä valinnoissa ja tästä syystä rajaankin tutkimukseni koskemaan ainoastaan vapaa-ajan matkailua, jossa matkustusmotivaatiot ovat matkailijoista itsestään lähtöisin.

Tutkimukseni kohderyhmää rajatessa olen päättänyt jättää sukupuolivähemmistöt tutkimuksen ulkopuolelle, koska niiden kirjo on suuri ja määrä kokonaisuudessaan kuitenkin vähäinen. Keskitän tutkimukseni siten vain seksuaalivähemmistöihin ja tästä vähemmistöryhmästä olen vielä rajannut biseksuaalit tutkimukseni ulkopuolelle siksi, että kyseisen ryhmän edustajia on vaikea tavoittaa heidän järjestäytymättömyytensä takia ja tämän lisäksi he eivät välttämättä samaistu sen enempää homoseksuaaleihin kuin heteroseksuaaleihinkaan (Vilka 2010, 57). Eli tarkemmin sanottuna tutkimukseni kohderyhmän muodostavat suomalaiset homoseksuaalit, kattaen sekä miespuoliset homot että naispuoliset lesbot.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja toimeksiantaja

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, millaisia matkailijoita suomalaiset homoseksuaalit ovat sekä tutkia, onko kyseinen kohderyhmä matkailutottumuksiltaan kuitenkin niin yhtenäinen kuin stereotyyppisesti oletetaan. Tavoitteenani on tutkia kyseisen ryhmän matkailutottumuksia ja -motivaatioita. Näiden lisäksi pyrin selvittämään vähän myös heidän

erityistarpeitaan ja kulutuskäyttäytymistään matkakohteissa. Tutkimustulosteni kautta pyrin jaottelemaan suomalaiset gay-matkailijat homogeenisiin ryhmiin ja luomaan näiden ryhmien kautta matkailijaprofiileja suomalaisesta gay-matkailijasta.

Tutkimukseni toimeksiantajana toimii MyWay Solutions yhtiön tuottama QLife -matkailupalvelu. QLife tarjoaa erikoismatkailupalveluita, tuottaa gay-kuluttajalle tietopalveluita ja toteuttaa gay friendly -palvelusertifiointeja sekä koulutus- ja konsultaatiopalveluita gay-matkailusta. Yhtiön palvelupäällikkö Ilkka Veiström toimii toimeksiantajan yhteyshenkilönä opinnäytetyössä.

Tutkimukseni tulokset tarjoavat tietoa suomalaisista gay-matkailijoista toimeksiantajalleni QLife -matkailupalvelulle, joka voi hyödyntää kyseisiä tuloksia pyrkiessään edistämään gay-matkailun tilaa Suomessa. Tavoitteena on, että suomalaiset matkailualan yritykset saisivat tutkimuksen kautta tietoa kyseisestä kohderyhmästä ja olisivat siten halukkaita kehittämään palveluitaan myös gay-matkailijat huomioon ottaen. Tutkimus on merkittävä myös sen vuoksi, että vielä ei ole vastaavaa tutkimusta Suomessa toteutettu. Tämänhetkiset tiedot suomalaisista gay-matkailijoista nojautuvat vahvasti muissa maissa toteutettuihin tutkimuksiin, sekä stereotyyppisiin oletuksiin, joiden paikkansa pitävyydestä suomalaisten gay-matkailijoiden kohdalla ei ole toistaiseksi tietoa.

1.3 Käsitteet ja teoriat

Tutkimukseni keskeisimmät käsitteet ovat matkailu, matkailijat, seksuaali- ja sukupuolivähemmistö, gay-matkailu ja gay-matkailijat.

Käyn seuraavaksi läpi tutkimukseni pääkäsitteet ja sitten esittelen teorioita, joita hyödynnän myöhemmin tutkimustulosten analysoinnissa.

1.3.1 Matkailu ja matkailijat

Tilastokeskuksen määritelmän mukaan matkailu käsittää ihmisten liikkumisen tavanomaisen elinalueensa ulkopuolelle vapaa-ajanvieton, työmatkan tai muun

tarkoituksen vuoksi ja oleskelun siellä pisimmillään yhden vuoden ajan (Tilastokeskus 2012).

Koska matkailu on käsitteenä laaja ja moni-ilmeinen, se tyypillisesti jaotellaan kolmeen ryhmään, jotka ovat ulkomaille suuntautuva eli outgoing-matkailu, maahan sisään saapuva eli incoming-matkailu, sekä kotimaanmatkailu. Kaikissa näissä edellä mainituissa ryhmissä voi olla lisäksi kyse niin vapaa-ajan matkustamisesta kuin työmatkustamisestakin. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 13–14.) Toteutan tutkimukseni pelkästään suomalaisille, joten ulkomaalaisten Suomeen kohdistuva incoming-matkailu jää kokonaan tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

Kotimaanmatkailusta merkittävän osan muodostaa päivämatkailu, eli ihmisten matkustaminen kotipaikkansa lähiympäristössä (Vuoristo & Vesterinen 2009, 100). Vaikka päivämatkailijoiden tai yleisemmin ilmaistuna päiväkävijöiden, kuten esimerkiksi päiväristeilyyn osallistuvien matkustajien, merkitys matkailussa on osittain hyvinkin suuri, siitä huolimatta Yhdistyneiden kansakuntien (YK) määritelmän mukaan he jäävät matkailijan määritelmän ulkopuolelle omana vierailijat-ryhmänään (Vuoristo 2003, 17). Tämän tutkimuksen kohderyhmän osalta päivämatkailu on kuitenkin niin merkittävässä osassa, että päätin sisällyttää sen tutkimukseen. Selkeyden vuoksi rajasin päivämatkailun koskemaan tässä tutkimuksessa kuitenkin vain yli 30 kilometrin päähän asuinpaikasta kohdistuvia matkoja. Tämä kilometrirajoitus päivämatkailun määritelmään tuli toimeksiantajani ehdotuksesta ja hän ilmoitti itsekkin käyttäneensä samaa aikaisemmissa tutkimuksissaan.

Matkailu ja matkailijat ovat tiukasti sidoksissa toisiinsa, ja siksi ne voidaan määritellä vain toistensa kautta (Vuoristo 2002, 25). Tilastokeskuksen määritelmän mukaan matkailija on henkilö, joka viipyy vähintään yhden yön matkakohteessa joko maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Kansainväliseksi matkailijaksi lasketaan matkailija, joka viipyy vähintään yhden yön kohdemaassa. Kotimaanmatkailijaksi lasketaan matkailijat, jotka viettävät edes yhden yön matkakohteessa. Matkailija, joka ei yövy lainkaan matkansa aikana katsotaan päivämatkailijaksi tai tunnetummin päiväkävijäksi. (Tilastokeskus 2012.)

Kuten matkailun käsite, myös matkailija käsite jaetaan usein matkan tarkoituksen mukaan vapaa-ajan matkailijoihin ja työmatkailijoihin. Monesti on oleellista tehdä ero myös kansainvälisen matkailijan ja kotimaanmatkailijan välille.

Kansainvälinen matkailija matkustaa valtiosta toiseen, kun kotimaanmatkailija taas matkustaa oman maansa sisällä. (Vuoristo 2002, 25.)

1.3.2 Seksuaali- ja sukupuolivähemmistö

Seksuaalivähemmistöllä tarkoitetaan eri asiaa kuin sukupuolivähemmistöllä, vaikka kyseiset käsitteet toisinaan arkikielessä menevätkin sekaisin.

Seksuaalivähemmistöistä puhuttaessa tarkoitetaan yleensä homoja, lesboja ja biseksuaaleja. Eli toisin sanoen käsite kattaa sellaiset henkilöt, jotka ovat seksuaaliselta suuntautumiseltaan jotain muita kuin heteroseksuaaleja. (Seta ry. 2012.)

Sukupuolivähemmistöön kuuluvat sellaiset henkilöt, jotka eivät koe mahtuvansa perinteisen sukupuolijaon rooleihin. Tällaisia ovat esimerkiksi transsukupuoliset ja intersukupuoliset henkilöt. (Seta ry. 2012.) Syvennymme toisessa luvussa tarkemmin käsitteisiin seksuaalisuus ja sukupuoli sekä niihin liittyviin termeihin.

1.3.3 Gay-matkailu ja gay-matkailijat

Arvioiden mukaan viidennes matkailun rahavirroista on peräisin vähemmistöryhmältä, joka kattaa vain noin viisi prosenttia väestöstä. Tämä vähemmistö koostuu homoista, lesboista, biseksuaaleista ja transihmisistä. Puhuttaessa tämän kyseisen vähemmistöryhmän matkailusta törmätään erilaisiin termeihin, osa käyttää queer-matkailua, toinen taas HLBT-matkailua ja kolmas gay-matkailua. (Härkönen, 2009, 57.) Termi gay tulee englannin kielestä ja sillä viitataan henkilöön, joka on seksuaaliselta suuntautumiseltaan homoseksuaali. Virallinen ilmaisu homoseksuaalille *homosexual* mielletään kovin kankeaksi ja patologiseksi, joten gay positiivisemmin sävyttyneenä ja lyhyempänä sanana istuu tässä yhteydessä paremmin. (Lehto & Kovero 2010, 17.) Termillä gay viitataan toisinaan pelkästään homomiehiin, mutta sitä voidaan myös käyttää ikään kuin lyhenteenä kattamaan sekä homot että lesbot (Hughes 2006a, 2). Tässä tutkimuksessa käytän termiä gay-matkailu tarkoittaen matkailua, jota toteuttaa

seksuaaliselta suuntautumiseltaan homoseksuaali mies tai nainen. Mikäli jossain tilanteessa on tarpeen puhua koko seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen matkailusta käytän termiä HLBT-matkailu.

1.3.4 Teoriat

Avaan seuraavaksi lyhyesti eri matkailututkijoiden teorioita, joiden avulla voidaan toteuttaa matkailijoiden luokittelua ja tunnistaa niiden perustyyppejä.

Yksi yleisimmistä matkailijoiden luokittelussa käytetyistä teorioista on Plogin vuonna 1974 esittämä matkailijoiden jako persoonallisuuden mukaan varauksellisesti käyttäytyviin psykosentrikoihin, rohkeisiin allosentrikoihin ja näiden kahden ääripään välimaastoon sijoittuviin midsentrikoihin. Näiden kolmen lisäksi esiintyy myös ”lähes psykosentrikoita” sekä ”lähes allosentrikoita”. (Vuoristo 2002, 45.)

Cohenin (1972) luokituksessa matkailijat jaetaan neljään perustyyppiin, jotka ovat järjestäytynyt massaturisti, yksilöllinen massaturisti, tutkimusmatkailija ja ajelehtija. Näistä perustyypeistä psykosentrikkoa kuvastaa järjestäytynyt massaturisti, midsentrikkoa kuvastaa yksilöllinen massaturisti kun taas tutkimusmatkailija edustaa lähes allosentrikkoa ja ajelehtija allosentrikkoa. (Vuoristo 2002, 48.)

Tutkimuksessani matkailumotivaatioilla on merkittävä rooli ja siksi käytän McIntoshin ja Goeldnerin (1988) motivaatiotekijöiden ryhmittelyyn kehitettyä teoriaa, joka on Maslowin tarvehierarkiasta johdettu versio matkailututkimuksiin. Kyseisessä luokittelussa motivaatiotekijät jaotellaan fyysisiin tekijöihin, kulttuuritekijöihin, ihmisten välisiin tekijöihin ja status-arvostustekijöihin. (Vuoristo 2002, 42.)

Tulen myös hyödyntämään Cromptonin (1979) teoriaa matkustusmotiiveista, jotka hän jakaa sosiopsykologisiin perustein seitsemään luokkaan (Albanese & Boedeker 2002, 108).

Näiden edellä mainittujen lisäksi tarkastelen tutkimustuloksiani myös Graburnin (1979) ”vastakkaiskäyttäytymis”-teorian pohjalta, joka perustuu vastakohdan

hakemiseen. Esimerkkinä mainittakoon, vaikka luonnon äärellä asuva henkilö, joka voimielellään matkustaa juuri päinvastaiseen eli urbaaniin kaupunkiympäristöön. (Vuoristo 2002, 44.)

Esittelen kaikki edellä mainitut teoriat yksityiskohtaisemmin myöhemmissä luvuissa.

1.4 Tutkimuskysymykset

Seksuaalivähemmistöjen matkailuun liittyy paljon erilaisia oletuksia ja stereotypioita, joita esittelen kappaleessa kolme. Tutkimukseni tavoitteena on selvittää millaisia matkailijoita suomalaiset homoseksuaalit todellisuudessa ovat ja onko tämä kyseinen matkailijaryhmä kuitenkaan niin yhtenäinen kuin mitä stereotyyppisesti oletetaan. Saadakseni tarvittavaa tietoa näihin tutkimuskysymyksiini, on selvitettävä kyseisen kohderyhmän matkailutottumuksia monipuolisesti niin kotimaanmatkailun kuin ulkomaanmatkailunkin osalta. Sähköisen kyselyn kautta pyrin selvittämään kohderyhmän matkustusmotiiveja, matkustustiheyttä, matkakohhteita, matkustusvälineitä, majoitusmuotoja sekä matkailuun käytettäviä rahamääriä.

1.5 Aineisto ja menetelmät

Tutkimusmenetelmänä käytän kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä voidaan kuvata, vertailla ja kartoittaa ihmistä koskevia asioita tai luonnon ilmiöitä. Tutkimustuloksia kuvataan numeraalisesti ja niiden avulla saadaan vastauksia kysymyksiin miten usein, kuinka paljon sekä kuinka moni. (Vilka 2007, 14–26.)

Tutkimukseni perusjoukoksi eli kohderyhmäksi valitsin suomalaiset homoseksuaalit käsittäen sekä miespuoliset homot että naispuoliset lesbot. Kohderyhmän rajaukseni perustui siihen, gay-matkailuun liittyvät stereotypiat kohdistuvat lähinnä homoihin ja lesboihin. Tämän lisäksi kyseisestä aiheesta julkaistussa muussa kirjallisuudessa on useimmiten käytetty samaa rajausta.

Tiedonkeruumenetelmänä käytin puolistrukturoitua kyselylomaketta, joka koostui sekä avoimista kysymyksistä että monivalintakysymyksistä. Koska kohderyhmäni oli suomalaiset, toteutin kyselylomakkeen vain suomeksi. Rakensin kyselylomakkeen Webropol-kyselytyökalun avulla ja tuloksia käsittelin Excel- taulukkolaskentaohjelmalla. Käytin tulosten analysoinnissa lisäksi SPSS-tilasto- ohjelmaa, jolla pystyin toteuttamaan klusterianalyysin, eli tutkittavien havaintoyksiköiden ryhmittelyn samankaltaisiin ryhmiin. Tällä menetelmällä saatiin muodostettua matkailijaprofiilit.

Kyselyni markkinoinnissa pyysin Setan jäsenjärjestöjä ja muita seksuaalivähemmistöille suunnattuja yhteisöjä laittamaan linkin kyselystä facebook- sivuilleen ja mainitsemaan asiasta mahdollisissa jäsentiedotteissaan. Lisäksi toimeksiantajani lupasi levittää tietoa kyselystä Gay-Helsinki, Gay-Tampere ja Homosuomi facebook-yhteisöjen kautta sekä teimme yhdessä tutkimuksestani myös mediatiedotteen, joka ei kuitenkaan poikanut yhteydenottoja.

1.6 Tutkimuksen kulku

Johdantoluvun jälkeen alkaa teoriaosuus, jossa ensin käsittelen sukupuoleen ja seksuaalisuuteen liittyviä asioita. Esittelen sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöt tarkemmin sekä avaen niiden yhteydessä esiintyviä termejä, lyhenteitä ja symboleja.

Kolmannessa luvussa lähdän matkailun käsitteen kautta avaamaan ilmiötä nimeltä gay-matkailu. Kerron gay-matkailun kehityksestä ja gay-matkailijoihin liittyvistä stereotypioista. Neljäs luku käsittelee kokonaan matkailijoiden luokittelua. Aluksi esittelen yleisiä segmentoinnin menetelmiä ja sitten avaen eri tutkijoiden kehittämiä matkailijatypologioita.

Viidennessä luvussa kerron käyttämästäni kvantitatiivisesta eli määrällisestä tutkimusmenetelmästä, kyselylomakkeesta, sekä tutkimuksen luotettavuudesta. Kuudes luku esittelee keskeisimmät tutkimustulokset ja seitsemännessä luvussa esittelen klusterianalyysin avulla muodostamani kolme matkailijaprofiilia suomalaisesta gay-matkailijasta sekä tarkastelen niitä eri tutkijoiden kehittämien teorioiden näkökulmasta. Viimeinen luku käsittää loppusanat, jatkokehitysehdotukseni tutkimusaiheesta ja oman suorituksen arvioinnin.

2 SUKUPUOLI JA SEKSUAALISUUS

Usein ajatellaan, että ihminen on tietysti sukupuoleltaan joko nainen tai mies. Tämä kahtiajako määräytyy ihmisten ensisijaisten (sukupuolielimien) sekä toissijaisten sukupuoliominaisuuksien, kuten rinnat, parrankasvu, jne. kautta. Tässä jaottelussa ei kuitenkaan oteta huomioon sukupuolen moninaisuutta ja sen ilmenemismuotoja, sillä ihmisten kokemukset omasta sukupuolestaan eivät ole aina näin yksiselitteisiä. (Terve Media Oy 2006.)

Tavanomaisena pidetään myös, että ihmisen seksuaalinen halu kohdistuu vastakkaiseen sukupuoleen. Tämä käsitys ”normaalista” seksuaalisuudesta pohjautuu alun perin ajatukseen suvunjatkamista parhaiten toteuttavasta toiminnasta ja siten muut hedelmättömät seksuaalisuuden muodot on määritelty ”poikkeaviksi”. Käsitteet, kuten seksuaalisuus, seksuaalinen suuntautuminen ja homoseksuaalisuus luotiin ja omaksuttiin kielenkäyttöön vasta 1800-luvun loppupuolella. Siitä huolimatta, että homoseksuaalisuutta terminä ei vielä tunnettu, oli miesten välisiä suhteita kuitenkin jo Antiikin Kreikassa, jossa se katsottiin vapaan miehen oikeutena tuntea mielihyvää ja huolehtia mieskunnosta sekä henkisestä vireydestä. (Vilka 2010, 49–50.)

Sukupuoli ja seksuaalisuus ovat monimuotoisia ja niissä on erilaisia tasoja ja ulottuvuuksia. Esittelen tässä kappaleessa lyhyesti sukupuolen erilaisia ilmentymiä ja sen jälkeen avaan seksuaalisuuden muotoja. Pyrin kuitenkin keskittymään lähinnä homoseksuaalisuuteen, joka on tämän luvun oleellisin käsite tutkimukseni kannalta.

2.1 Sukupuolivähemmistöt

Sukupuolivähemmistöillä viitataan yleensä siihen ihmisryhmään, joka koostuu transihmisistä (transsukupuoliset, transvestiitit ja transgenderit) sekä intersukupuolisista henkilöistä. Molemmat etuliitteet ovat peräisin latinan kielestä; trans viittaa ylittämiseen ja inter välissä olemiseen. Nämä suomennotukset kuvaavat hyvin käsitteitä, sillä transihmisten voidaan mieltää ylittävän perinteisen sukupuoli-jaottelun ja intersukupuolisten sijoittuvan mies-nais -jaottelun välille. (Transtukipiste 2012a.)

Transsukupuolinen henkilö on sellainen, joka ei koe omakseen hänelle syntymän jälkeen määriteltä sukupuolta ja johon hän on saanut kasvatuksen (Vilkkä 2010, 29). Suomessa transsukupuolisesta henkilöstä käytettiin pitkään nimitystä transseksuaali. Transsukupuolisuus ei todellisuudessa kerro kuitenkaan mitään henkilön seksuaalisesta suuntautumisesta, vaan se liittyy sukupuolen kokemiseen joksikin. (Suhonen 2007, 54.)

Transvestiitti-sanalla tarkoitetaan henkilöitä, jotka haluavat pukeutua ajoittain vastakkaiselle sukupuolelle tavanomaisiin vaatteisiin. Transvestiitin tarve vastakkaisen sukupuolen ilmentämiseen ulottuu kuitenkin syvemmälle kuin vain pukeutumiseen, siihen liittyy usein myös vastakkaisen sukupuolen roolin omaksuminen. (Leinonen & Leinonen 2007, 77–79.)

Transgender kuvastaa henkilöitä, jotka eivät koe olevansa pysyvästi ja vakaasti kumpaakaan sukupuolta. Usein he mieltävät omaavansa transidentiteetin, joka tarkoittaa, että he kokevat sukupuolensa monimuotoiseksi ja muuttuvaksi elämän eri tilanteissa. (Vilkkä 2010, 40.)

Intersukupuolinen henkilö on sellainen, jonka biologinen sukupuoli ei yksiselitteisesti ole miehen tai naisen. Aikaisemmin intersukupuolisia kutsuttiin hermafrodiiteiksi, mutta kyseinen termi mielletään nykyisin epäasialliseksi. Intersukupuolisuudella on useita erilaisia ilmenemismuotoja. Intersukupuolisella henkilöllä voi olla anatomisesti sekä miehen, että naisen sukupuolielinten ulkoisia ja sisäisiä piirteitä kehossaan. Yleensä toinen sukupuolista on kuitenkin vahvemmin edustettuna. (Vilkkä 2010, 26.)

2.2 Seksuaalivähemmistöt ja seksuaalinen suuntautuminen

Suurin osa ihmisistä on seksuaaliselta suuntautumiseltaan heteroseksuaaleja, eli heitä kiinnostaa niin tunteiden tasolla kuin seksuaalisestikin vastakkainen sukupuoli. Käytännössä tämä tarkoittaa, että miesten kiinnostus kohdistuu naisiin ja naisten vastaavasti miehiin. (Vilkkä 2010, 50–51.) Koska heteroseksuaalisuus on yleisin seksuaalisen suuntautumisen muoto, sen myötä on rakentunut hetero-oletus, jonka mukaan kaikki ihmiset ovat luonnostaan kiinnostuneita vastakkaisesta sukupuolesta. Tätä ajattelutapaa, jossa muita kuin

heteroseksuaalisuutta pidetään poikkeavana ja vähemmän arvokkaana, kutsutaan heteronormatiivisuudeksi. Heteronormatiivinen ajattelutapa aiheuttaa sen, että seksuaalisuuteen ja sukupuoleen liittyvä moninaisuus jää helposti hetero-oletuksen varjoon. (Ihmisoikeudet.net 2012.)

Seksuaalivähemmistöillä tarkoitetaan niitä ihmisiä, jotka ovat seksuaaliselta suuntautumiseltaan jotain muuta kuin heteroseksuaaleja. Yleensä seksuaalivähemmistöistä puhuttaessa siihen lasketaan kuuluvan homoseksuaalit (homot ja lesbot) sekä biseksuaalit, mutta toisinaan siihen liitetään ylipäätään kaikki jotka kokevat olevansa ei-heteroseksuaaleja. (Seta ry. 2012.)

2.2.1 Homoseksuaalisuus

Seksuaalisuuden jaottelussa esiintyy useita hieman toisistaan poikkeavia määritelmiä eri seksuaalisille suuntautumisille. Yleisin ja vakiintunein ilmaisu näyttäisi kuitenkin olevan myös väestöliiton käyttämä määritelmä.

Homoseksuaalisuus tarkoittaa seksuaalisuutta, jossa romanttiset, emotionaaliset ja/tai eroottiset tunteet kohdistuvat henkilön itsensä kanssa samaa sukupuolta oleviin ihmisiin. Naista, joka tuntee seksuaalista mielenkiintoa toiseen naiseen, kutsutaan lesboksi ja miestä, joka tuntee seksuaalista vetovoimaa toiseen mieheen, kutsutaan homoksi. (Väestöliitto 2010.)

Homoseksuaalisuuden määrittely ei kuitenkaan ole ihan yksiselitteistä, sillä joidenkin tutkijoiden (esim. Butler 1990) mukaan seksuaalisen halun kohde voi vaihdella elämän eri vaiheissa. Tieteellisessä kirjallisuudessa olisi myös syytä jakaa homoseksuaalisuus kolmeen käsitteeseen: *sukupuoli-identiteettiin*, *seksuaaliseen orientaatioon* ja *seksuaaliseen identiteettiin*. Sukupuoli-identiteetti kertoo sen, kokeeko henkilö olevansa mies vai nainen. Tähän kokemukseen vaikuttaa suuresti biologia, mutta myös kulttuurin kautta tulevat käsitykset, miten olla mies tai nainen. Näillä kulttuurillisesti määräytyneillä sukupuolirooleilla on osaltaan merkitystä seksuaalisen identiteetin muodostumiseen. Seksuaalinen orientaatio viittaa seksuaalisen halun kohteeseen. Tämän seksuaalisen halun kohdistuminen johonkin sukupuoleen ei ole henkilön itsensä päätettävissä tai vaikutettavissa. Seksuaalisella identiteetillä tarkoitetaan henkilön itsensä ja kulttuurin kautta muodostunutta määritelmää, jonka kautta henkilö voi hahmottaa

toteutuvaa seksuaalisuuttaan. (Lehto & Kovero 2010, 17–18.) Juvonen (2002) avaa homoseksuaalisuuden käsitettä samansuuntaisesti teoksessaan Varjoelämää ja julkisia salaisuuksia. Hänen käyttämänsä terminologia on kuitenkin vähän erilainen ja ehkä helpommin ymmärrettävä. Hän esittää homoseksuaalisuus-käsitteen monimutkaisuutta seuraavien termien kautta: homoseksuaalisesti tunteva, homoseksuaalisesti elävä ja homoseksuaalisesti käyttäytyvä. Näistä homoseksuaalisesti tunteva viittaa homoseksuaaliseen orientaatioon ja kaksi jälkimmäistä yhdessä muodostavat homoseksuaalisen identiteetin. (Juvonen 2002, 12.)

Seksuaalinen orientaatio ja seksuaalinen identiteetti ovat riippuvaisia toisistaan. Esimerkiksi homoseksuaalisen identiteetin muodostuminen on riippuvainen siitä, että seksuaalinen orientaatio kohdistuu samaan sukupuoleen. Vastaavasti homoseksuaalinen orientaatio ei kuitenkaan vielä automaattisesti tarkoita, että ihmisellä olisi homoseksuaalinen identiteetti. Edelleenkin jotkut homoseksuaalisesti orientoituneet voivat hankkia vastakkaista sukupuolta olevan kumppanin ja perustavat perheen ja pyrkivät elämään heteroseksuaalisen identiteetin avulla. Osa avioliittoon päätyneistä saattaa toteuttaa irtosuhteita samaa sukupuolta olevien kanssa ja silti pitää itseään heteroseksuaalina, kun taas toiset määrittelee itsensä biseksuaaleiksi. Mikäli yhteiskunnan heteronormatiiviset paineet helpottavat, voidaan olettaa yhä useamman homoseksuaalisesti orientoituneen myös toteuttavan homoseksuaalista identiteettiä. (Lehto & Kovero 2010, 19.)

2.2.2 Biseksuaalisuus

Yhteneväisyyden vuoksi on selkeintä käyttää biseksuaalisuuden määrittelyssä saman lähteen eli väestöliiton määritelmää.

Biseksuaalisuudella tarkoitetaan romanttista, emotionaalista ja/tai eroottista kiinnostusta, jota ihminen voi tuntea vaihtelevissa määrin molempia sukupuolia edustaviin ihmisiin. Biseksuaalit ihmiset saattavat siten elämänsä aikana olla itsensä kanssa samaa ja/tai vastakkaista sukupuolta olevan kumppanin kanssa. (Väestöliitto 2010.)

Biseksuaalisiksi katsotaan siten kaikki, joiden mieltymykset joustavat tai ovat joustaneet heteroseksuaalisuuden ja homoseksuaalisuuden välillä.

Biseksuaalisuutta pidetään omana seksuaalisena suuntautumisenaan, mutta toisaalta voidaan katsoa sen sitoutuvan niin heteroseksuaalisuuteen, kuin homoseksuaalisuuteenkin. Läheskään kaikki eivät miellä itseään biseksuaaleiksi, vaikka heillä olisikin kokemuksia samaan sukupuoleen kohdistuvista tunteista tai eroottisista hetkistä. Vastaavasti osalle taas itsensä biseksuaaliksi tunnustaminen voi olla hyvin tärkeä osa minäkuvan muodostumisessa. (Vilkkä 2010, 55–56.)

2.2.3 Muita seksuaalisuuden ilmenimismuotoja

Transsuuntautuneisuudella tarkoitetaan emotionaalisen ja/tai eroottisen kiinnostuksen kohdistumista etenkin transihmisiä kohtaan. Kiinnostuksen kohteena voi olla transsukupuolinen henkilö tai myös transvestiitti. (Väestöliitto 2010.) Ihminen voi kokea olevansa yksinomaan transsuuntautunut, mutta useimmiten hän on seksuaaliselta suuntautumiseltaan heteroseksuaali, homoseksuaali tai biseksuaali ja sen lisäksi transsuuntautunut (Vilkkä 2010, 71).

Aseksuaalisuus on tuntemattomampi ilmiö ja on erilaisia näkemyksiä siitä, onko se seksuaalinen suuntautuminen vai seksuaalinen häiriö. Aseksuaaliselta henkilöltä nimittäin puuttuu kokonaan seksuaalinen kiinnostus tai halu. Aseksuaalisuus eroaa selibaatissa elämisestä siten, että aseksuaalisella henkilöllä ei ole mitään seksuaalista halua, josta hän kieltäytyisi. Arkikielessä aseksuaalisuutta voidaan kuvailla esimerkiksi alle murrosikäisten lapsien seksuaalisuudella tai paremminkin sen poissaololla. (Vilkkä 2010, 54–55.)

2.3 Synonyymejä ja lyhenteitä

Kuten on käynyt selväksi, sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin liittyy paljon erilaisia ja osittain vaikeitakin termejä. Jotta joka kerta ei tarvitse erikseen luetella kaikkia näitä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen eri ryhmiä, on olemassa erilaisia lyhenteitä ja termejä, joilla kyseistä ryhmää voidaan kuvata kokonaisuudessaan.

Yksi yleisimmistä käytössä olevista lyhenteistä on HLBT (englanniksi GLBT), joka viittaa sanoihin homot, lesbot, biseksuaalit ja transihmiset. Toisinaan näkee loppuun lisättävän vielä I kirjaimen kuvaamaan intersukupuolisia ja Q kirjaimen kuvaamaan henkilöitä määrittelevät itsensä termillä queer. Lyhennettä voidaan siten käyttää kuvaamaan koko sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen ryhmää. (Transtukipiste 2012b.)

Termiä queer näkee käytettävän sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen yhteydessä melko usein. Kyseisen sana tulee englannin kielestä, jonka mukaan se tarkoittaa outo, omituinen, kaheli, tärähtänyt. Tässä yhteydessä se vastaa kuitenkin merkitykseltään lähinnä ei-heteroseksuaalia. Jotkut henkilöt haluavat määritellä omaksi seksuaaliseksi suuntautumisekseen queer, jolloin he voivat välttää sen tarkempaa luokittelua. Queer-termin ympärille on myös alkanut kehittyä yhteiskuntapoliittinen queer-teoria, jonka tavoitteena on kyseenalaistaa yhteiskunnassa vallitsevia sukupuoleen ja seksuaaliseen suuntautumiseen liittyviä normeja. (Lehto & Kovero 2010, 19–20.)

3 GAY-MATKAILU ILMIÖNÄ

Matkailu koostuu lukuisista osatekijöistä, joiden ymmärtäminen edellyttää moniulotteista lähestymistapaa. Matkailua voidaan lähestyä maantieteen, sosiologian, historian tai taloustieteen näkökulmasta. Maantieteellinen näkökulma koostuu pitkälti matkailijoiden lähtö- ja kohdealueista, taloudellisessa näkökulmassa voidaan perehtyä matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksiin, historiallinen näkökulma perehtyy aika-akselilla matkailun eri vaiheisiin, kun taas sosiologinen näkökulma soveltuu matkailijoiden keskinäisten suhteiden ja motivaatiotekijöiden selvittämiseen. Tässä tutkimuksessa lähestyn matkailua sosiologisesta näkökulmasta, mutta maantieteellistä näkökulmaakaan ei voi kokonaan sivuuttaa, sillä matkailuun liittyy aina lähtöalueella kehittyvä matkailupalvelujen ja -elämysten kysyntä, sekä vastaavasti kohdealueen tarjonta, joka pystyy vastaamaan tähän kysyntään. (Vuoristo 2002, 14–16.) Avaan tässä luvussa tarkemmin käsitteitä matkailu, vapaa-ajan matkailu ja gay-matkailu sekä siihen liittyviä stereotypioita.

3.1 Matkailu

Matkailu on nykyään jo itsestäänselvä asia suurelle osalle väestöstä. Mutta vaikka käsite onkin tuttu ja matkailua toteutetaan, siitä huolimatta sanan varsinaisen merkityksen kuvaaminen ei ole helppoa. Erilaisia tulkintoja siitä löytyy, mutta mitään universaalia määritelmää ei ole vielä olemassa. (Vuoristo 2002, 20.)

Pesonen, Siltanen ja Hokkanen (2006) esittävät yhden määritelmän, jonka mukaan matkailua on väliaikainen matkustaminen vakinaisen elinympäristön ulkopuolelle sekä kotimaassa että kotimaan rajojen ulkopuolelle ja jota toteutetaan muussa kuin ansaitsemismerkityksessä. Synonyyminä matkailulle käytetään toisinaan sanaa turismi, joka viittaa kuitenkin vain vapaa-ajanmatkailuun. Matkailu-sana on vastaavasti laajempi ja pitää sisällään vapaa-ajanmatkustuksen lisäksi myös työmatkustuksen. (Pesonen ym. 2006, 7.) Matkailu voidaan siis nähdä sekä työnä että huvina riippuen katsotaanko asiaa työmatkustuksen sekä elinkeinon vai vapaa-ajanmatkustamisen näkökulmasta. Maantieteellisestä näkökulmasta matkailu on toimintaa paikkojen ja alueiden välillä sekä reitillä. Pelkistään

sanottuna matkailu on lähtö- ja kohdealueiden vuorovaikutusta, joka toteutuu matkailijoiden ja matkailuyritysten välillä. (Hemmi & Vuoristo 1993, 10.)

3.2 Vapaa-ajan matkailu eli turismi

Turismissa eli vapaa-ajan matkailussa keskeistä on tietenkin vapaa-aika, jolloin ihmisillä on mahdollisuus liikkua tavanomaisen elin- ja työympäristön ulkopuolella. Vapaa-aika nähdään usein vastakohtana työajalle, jolloin se muodostuu päivä-, viikonloppu-, loma- ja eläkevapaasta. Kansainvälisen matkailun kannalta eläke- ja lomavapaat ovat merkittävimpiä, mutta myös ulkomaille suuntautuvat viikonloppumatkat ovat myös yleistyneet kovasti. Kansainvälisen matkailun kilpailijana on kotimaanmatkailu, jonka osuus onkin merkittävä matkailusta kokonaisuudessaan etenkin päivämatkailu mukaan laskien. Ihminen voi toki käyttää vapaa-aikaansa juuri haluamallaan tavalla, ja matkailu onkin vain yksi monista vapaa-ajankäyttömuodoista. (Vuoristo 2003, 26–27.)

3.3 Gay-matkailu

Kuten johdantokappaleessa jo kävi ilmi, seksuaalivähemmistöjen matkailulle löytyy useita eri termejä. Gay-matkailun lisäksi puhutaan queer-matkailusta, HLBT-matkailusta, pinkistä turismista jne. Edellä mainituissa käsitteissä on toki vähän erojakin sen mukaan, ketkä milloinkin lasketaan kuuluvan mukaan. Esimerkiksi HLBT-matkailu kattaa homojen, lesbojen, biseksuaalien ja transihmisten matkailun, kun taas termillä pinkki turismi viitataan yleensä homojen ja lesbojen (tai jopa pelkästään homomiesten) matkailuun. (Härkönen, 2009, 57; Hughes 2006a, 3.) Olen itse päätenyt käyttämään homojen ja lesbojen matkailusta puhuttaessa termiä gay-matkailu, koska se on yleisesti tunnetumpi ja selkeämpi käsite kuin queer-matkailu. HLBT-matkailun termiä en myöskään olisi voinut käyttää, sillä se kattaa myös biseksuaalit ja transihmiset, jotka eivät kuulu tämän tutkimuksen piiriin. Seuraavaksi esittelen ensin lyhyesti gay-matkailun historiaa ja sitten syvennyn gay-matkailijoihin ja heihin liitettyihin stereotypioihin.

3.3.1 Gay-matkailun kansainvälinen kehitys

Gay-matkailun juuret ulottuvat aina 1800-luvulle, jolloin oppineita homomiehiä matkusti Välimeren alueelle kulttuurin ja seksin perässä. Etenkin kirjailijat matkustivat paljon ja kertoivat kirjoissaan seksuaalisista kokemuksistaan nuorten miesten kanssa. (Aldrich 2006, 15–16.)

1900-luvun alkupuolella joissain suurissa kaupungeissa oli jo muodostunut homoseksuaalisia alakulttuureja. Esimerkiksi Berliinissä oli ennen natsien valtaan astumista useita lesboille suunnattuja baareja, kerhoja ja muuta toimintaa. Samaan aikaan New Yorkissa Harlemin ja Greenwich Villagen kaupunginosat olivat saavuttaneet homojen ja lesbojen suosion. Näillä alueilla asui paljon taiteilijoita ja boheemeja, kuten myös Berliinissä. (Rupp 2006, 244.) 1950-luvulla homokulttuurille merkittäviksi kaupungeiksi nousivat myös Pariisi, Kööpenhamina ja Amsterdam. Varsinaisia homobaareja alkoi muodostua vasta 1960- ja 1970-luvuilla. Siihen asti tapaamispaikat olivat olleet vain epävirallisesti homobaareja, joissa kävi homoseksuaaleja muun väestön lisäksi. 1970-luvulla tapahtui myös voimakas homokulttuurin seksualisoituminen, jonka myötä yhdenyön suhteet yleistyivät ja yksiavioisuuden käsite alkoi rikkoutua homoseksuaalien keskuudessa. (Hekma 2006, 333–335.)

AIDSin leviäminen hidasti homokulttuurin kasvua merkittävästi 1980-luvun alussa, mutta 1990-luvulla homoyhteisö alkoi vahvistua taas uudelleen, ja tällä kertaa tietoisempuna turvaseksistä. Suurkaupunkien lisäksi myös pienemmät turistikaupungit, joista etenkin rantalomakohteet, alkoivat myös nousta homoväestön suosioon. Euroopasta tällaisia kohteita ovat esimerkiksi Mykonos, Sitges ja Ibiza. Viikonloppumatkat kaupunkeihin alkoivat myös yleistyä homoseksuaalien keskuudessa. Nykyisin lähes jokainen länsimainen suurkaupunki onkin homoseksuaaleille varteenotettava matkakohde ja niissä on varsin vilkas homoelämä, jossa riittää tarjontaa ja seuraa. Toki länsimaiden ulkopuolelta löytyy myös homoväestölle otollisia vaihtoehtoja, kuten esimerkiksi Manila ja Bangkok. (Hekma 2006, 338–339.)

3.3.2 Gay-matkailu Suomessa

Suomessa homoseksuaalien matkustelu ennen vanhaan ei niinkään tarjonnut seuranhakua, vaan mahdollisuutta viettää aikaa rauhassa sen jo olemassa olevan kumppanin kanssa esimerkiksi kesämökillä, jossa ei tarvinnut välittää siitä mitä naapurit heistä ajattelivat. Kaikilla ei tietenkään ollut kesämökkejä, mutta myös polkupyörän yleistyminen antoi mahdollisuuden matkustaa kesäisin vaikka maaseudulle tanssiaisiin ja jäädä sitten yöpymään latoon. (Juvonen 2002, 251–252.) 1960-luvulla suomalaiset homoseksuaalit matkustivat mielellään Ruotsiin ja Tanskaan, jossa oli jo vapautuneempaa ja tarjontaa myös baarien osalta. Myös Pariisin homoseksuaalinen alakulttuuri houkutteli kielitaitoisia homomiehiä aina uudelleen ja uudelleen matkustamaan kyseiseen kaupunkiin. (Juvonen 2002, 251–252.)

Suomen sisäisestä gay-matkailusta ei juurikaan puhuta, mutta yleisesti oletetaan sen kohdistuvat suurimpiin kaupunkeihin, kuten Helsinkiin, Tampereelle, Turkuun ja Ouluun, joista jokaisesta löytyy edes jonkin verran seksuaali- ja sukupuolivähemmistöille suunnattuja illanviettopaikkoja. Helsinki Suomen pääkaupunkina toimii myös ikään kuin HLBT-väestön keskittymänä. (Qlife Traveller's Guide, 2011.) Helsingin kaupunki on tietoisesti panostanut gay-matkailuun ja luonut virallisille matkailusivuilleen gay-matkailijoille suunnatun osion, josta selviää gay-friendly Helsinki -verkostoon kuuluvat yritykset. Verkostoon kuuluvat tahot ovat saaneet koulutusta seksuaali- ja sukupuolivähemmistöön kuuluvien asiakkaiden kohtaamisesta ja moninaisuuden huomioimisesta. (Hemming, 2012, 10.)

3.3.3 Gay space eli homotila

Kuten edellä käy ilmi, homot ja lesbot ovat kautta aikojen matkustaneet mielellään ja etenkin suurkaupunkeihin. Aldrich (1993) esittää tähän selityksenä perinteisen homoseksuaalisuuden dilemman: tilanteessa, jossa henkilön halut tekevät hänestä sosiaalisesti poikkeavan, hänen täytyy paeta muualle toteuttaakseen itseään. (Hughes 2006a, 50.) Mikäli henkilö joutuu salailemaan omaa seksuaali-identiteettiään arkielämässä, ”pakeneminen” hetkeksi toiseen ympäristöön tarjoaa mahdollisuuden olla rennommin oma itsensä. Ne, joilla

pakenemisen tarvetta elinympäristöstään ei ole, haluavat usein kuitenkin huolehtia, etteivät joudu muussakaan ympäristössä kieltämään itseään. Joillekin gay-matkailijoille riittää, että matkakohde on gay-friendly eli suvaitsevainen seksuaalivähemmistöjä kohtaan, kun toiset taas edellyttävät, että kohteessa löytyy niin kutsuttu gay space. (Hughes 2006a, 56–57.)

Välttääkseen syrjintää seksuaali- ja sukupuolivähemmistöt ovat alkaneet muodostaa omia sosiaalisia tilojaan, jossa he voivat ilmaista omaa identiteettiään ilman, että tarvitsee pelätä siitä johtuvaa häirintää ja ahdistelua. Näitä sosiaalisia tiloja kutsutaan homotiloiksi (eng. gay space) ja ne koostuvat tyypillisesti homobaarien ja -klubien keskittymistä. Homotilat ovat pääsääntöisesti vapaa-ajanviettopaikkoja, mutta toisinaan ne ovat laajentuneet jo kokonaisiksi kaupunginosiksi. Homotilassa on mahdollisuus tuoda esiin omaa seksuaalista tai sukupuolista identiteettiään sekä verkostoitua muiden samanhenkisten kanssa. (Hughes 2006b, 239–240.)

3.3.4 Gay-matkailija

Kansainvälinen homo- ja lesbomatkailujärjestö IGLTA:n Pohjoismaiden edustaja Tobias Holfelt korostaa, että gay-matkailijat muodostavat moninaisen matkailijaryhmän. Ei pidä olettaa, että gay-matkailijat mahtuisivat yhteen ja samaan muottiin, tai että gay-matkailijat ylipäänsä eroaisivat turisteina heteroseksuaaleista. (Vähäsarja 2009.) Usein puhutaan, että homoseksuaalit matkustavat suurkaupunkeihin ja toki ne suosittuja matkakohteita gay-matkailijoiden keskuudessa ovatkin, mutta täytyy muistaa, että yhtä hyvin he voivat lähteä kalastus- tai kulttuurimatkalle. Holfeltin mukaan homoseksuaaleja on hyvä verrata eläkeläisiin, sillä molemmat muodostavat ikään kuin läpileikkauksen väestöstä. (Lieng 2008.) Niin gay-matkailijat kuin eläkeläisetkin mielletään usein yhdeksi yhtenäiseksi matkailijaryhmäksi, vaikka todellisuudessa tutkimukset osoittavat, että ryhmät eivät ole niin homogeenisiä kuin oletetaan. Vertaus eläkeläisiin on osuva myös siinä mielessä, että kuten homoseksuaalit myös eläkeläiset ovat matkailun kannalta merkittävä ja kasvava ryhmä. (Boksberger & Laesser 2008.)

Holfeltin mukaan gay-matkailijoista ei voi oikein sanoa mitään virallista, sillä kokonaisuudessaan ryhmä on erittäin hajanainen erilaisine intresseineen (Lieng 2008). Jotkut matkustavat eri puolelle maailmaa Pride-tapahtumiin, kun taas toiset suuntaavat mieluummin vuosi toisensa jälkeen esimerkiksi Kanarialle. Yhteistä on kuitenkin halu kokea olonsa tervetulleeksi, kiteyttää Holfelt. (Vähäsarja 2009.)

3.3.5 Stereotyyppisiä oletuksia gay-matkailijoista

Siitä huolimatta, että gay-matkailijat ovat moninainen matkailijaryhmä, stereotyypioilta ei kuitenkaan voida välttyä. Yleisen stereotyyppisen käsityksen mukaan homot ja lesbot ovat korkeasti koulutettuja ja heillä on keskimääräistä suuremmat talouskohtaiset tulot kuin vastaavasti heteroseksuaalisilla pareilla. Homoilla ja lesboilla ei myöskään ole yhtä usein lapsia huolehdittavanaan, ja tämän myötä heillä katsotaan olevan enemmän aikaa ja rahaa käytettävissä itseensä kuin vastaavasti heteropareilla. Lapsettomuus antaa myös paremmat mahdollisuudet matkustaa ympäri vuoden eikä vain koululaisten lomakausina. Homojen ja lesbojen uskotaan yksinkertaisesti matkustavan muuta väestöä enemmän ja kuluttavan matkoillaan paljon rahaa. IGLTA katsoo jopa, että gay-matkailijat eivät ole valmiita luopumaan matkailustaan edes taantuman aikana. (Southall 2009; Hughes 2006a, 46 & 50.) Community marketing inc:in Pohjois-Amerikassa toteuttamat tutkimukset paljastavat, että nämä stereotypiat ainakin osittain pitävät paikkansa. Vuosien 2001–2003 tutkimustulokset osoittavat, että 76 %:lla tutkimukseen vastanneista gay-matkailijoista oli suuremmat talouskohtaiset tulot kuin mikä on kansallinen keskiarvo ja 82 %:lla oli korkeakoulu tai yliopisto tutkinto, kun taas koko väestön kansallinen keskiarvo on vain 29 %. (Hughes 2006a, 50.)

Mitä tulee matkailumotivaatioihin, niin tutkimukset osoittavat, että ne eivät juurikaan poikkea valtavirrasta. Gay-matkailijat matkustavat enimmäkseen ihan samoista syistä kuin muukin väestö. Mintelin (2000) raportin mukaan ranta- ja kaupunkilomat olivat ylivoimaisesti suosituimmat lomamuodot molemmilla. Luontomatkat, urheilumatkat ja edes homoteemaiset matkat (Pride-tapahtumat, yms.) eivät nousseet gay-matkailijoiden keskuudessa lähellekään samaa tasoa ranta- ja kaupunkilomien kanssa. Kaupunkilomat olivat gay-matkailijoiden

suosiossa kuitenkin vielä huomattavasti muutakin väestöä enemmän. Tähän voi vaikuttaa kaupungeissa mahdollisesti olevat homotilat (gay space) ja niistä haettu mahdollisuus itsensä toteuttamiseen suvaitsevaisessa ympäristössä tai yhtä lailla oletus gay-matkailijoiden kiinnostukseen kulttuurista ja taiteesta. (Hughes 2006a, 55.)

Koska edellä mainitut näkemykset ovat peräisin lähinnä amerikkalaisista tutkimuksista, halusin selvittää mitä suomalaiset matkailun parissa työskentelevät henkilöt ajattelevat gay-matkailijoista. Toimeksiantajani neuvoi ottamaan yhteyttä Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston markkinointisuunnittelija Hanna Muoniovaaraan ja Tampereen kaupunkiseudun elinkeino- ja kehitysyhteistyö (Tradea Oy) yhteyspäällikkö Tuija Helmiseen. He molemmat vastasivat tiedusteluuni ja vastauksissa nousi esiin samoja ajatuksia kuin jo aiemmin esitinkin. Yhteenvetona voidaan sanoa, etteivät he halua liikaa nojata yleisiin stereotypioihin, mutta uskovat kuitenkin gay-matkailijoiden olevan tuottoisa matkailijaryhmä, jotka ovat kulttuurinnälkäisiä ja käyttävät mielellään rahaa itseensä.

4 MATKAILIJAN PROFILOINTI

Matkailututkimus ei ole vielä onnistunut kehittämään yksiselitteistä ylitse muiden olevaa teoriaa, jolla matkailija voitaisiin profiloida. Täten matkailijoiden luokittelussa täytyy hyödyntää niin segmentoinnin menetelmiä kuin myös eri tutkijoiden kehittämiä teorioita. Esittelen seuraavaksi lyhyesti segmentointia sekä eri tutkijoiden vähän toisistaan poikkeavia teorioita matkailijoiden perustyyppien tunnistamiseksi.

4.1 Segmentointi

Hemmin (1993) mukaan segmentointi tarkoittaa heterogeenisten eli epäyhtenäisten markkinoiden ryhmittelyä yhtenäisiin ja yrityksen toiminnan kannalta oleellisiin osiin. Näitä yrityksien muodostamia markkinalohkoja kutsutaan segmenteiksi. (Hemmi 1993, 124.) Segmentoinnin lähtökohtana on pyrkimys löytää asiakasryhmiä, joilla on tarve samanlaisille tuotteille. Segmentoinnin kautta näille löydetyille asiakasryhmille voidaan kehittää heidän tarpeitaan vastaavia tuotteita sekä toteuttaa markkinointia sellaisissa medioissa, joiden kautta kyseinen kohderyhmä parhaiten tavoitetaan. (Komppula & Boxberg 2002, 75.)

Matkailijoiden segmentoinnissa voidaan käyttää kahta pääperiaatetta, jotka ovat jaottelu selkeästi määritettävissä olevien ns. *kovien muuttujien* perusteella tai valintojen taustalla olevien ns. *pehmeiden muuttujien* perusteella. ”Kovat” muuttujat ovat yksiselitteisesti mitattavissa olevia ulkonaisia ominaisuuksia, kun taas ”pehmeät” muuttujat liittyvät matkailijoiden motivaatioihin ja tarpeisiin. Kumpikin lähestymistapa on tarpeellinen ja matkailijoiden luokittelussa onkin hyödyllistä käyttää molempia tapoja rinnakkain. (Vuoristo 2002, 38–41.)

Yleisimmät kriteerit, joilla ryhmittelyä matkailijasegmentteihin toteutetaan ovat:

- demografiset kriteerit (mm. ikä, sukupuoli)
- maantieteelliset kriteerit (mm. kansalaisuus, asuinpaikka maakunnittain)
- sosioekonomiset kriteerit (mm. koulutus, tulot)
- harrasteet (mm. kulttuuri, luonto)

Yllämainitut kriteerit ovat kovia muuttujia, joilla saadaan ulkonainen käsitys matkailijatyypeistä ja niiden piirteistä. Jotta matkailijatyyppejä voidaan tunnistaa ja ymmärtää paremmin on syytä perehtyä myös pehmeisiin, eli sosiologisiin ja psykologisiin tekijöihin. Näitä pehmeiden muuttujien kriteereitä ovat:

- elämäntyyli- ja persoonallisuuskriteerit
- tarve- ja hyötykriteerit
- motivaatiokriteerit

Matkailijoiden elämäntyyliä, motivaatiota ja tarpeita analysoidessa tutkijat ovat kehittäneet erilaisia toisistaan poikkeavia teorioita, joita esittelen seuraavaksi. (Vuoristo 2002, 38–41; Hemmi 1993, 126.)

4.2 Plogin luokittelu

Stanley Plog (1974) tutki amerikkalaisten lentopelkoa ja kehitti sen yhteydessä teorian, jossa hän jakoi matkailijat psykograafisiin tyyppeihin. Tämän luokittelun ääripäitä ovat psykosentrikot ja allosentrikot. Psykosentrikoille ominaisia piirteitä ovat valmiit matkapaketit, passiiviset harrastukset (auringonotto) sekä tutut ja turvalliset ympäristöt. Allosentrikot vastaavasti ovat itsenäisiä matkailijoita, jotka ovat aktiivisia harrastajia, hakevat uusia ja outoja kohteita, eivätkä ole kovin vaativia varuste- ja palvelutason suhteen. Suurin osa sijoittuu kuitenkin näiden kahden ääripään välimaastoon muodostaen ryhmän midsentrikot, joilla esiintyy ominaisuuksia molemmista päätyypeistä. Näiden kolmen lisäksi esiintyy myös ”lähes psykosentrikoita” sekä ”lähes allosentrikoita”. Plogin luokitus auttaa matkailijoiden psykologisen käyttäytymisen ymmärtämisessä, mutta siihen sisältyy myös ongelmansa. Teoriaa on kritisoitu mm. siitä, että sama henkilö saattaa käyttäytyä eri tilanteessa eri tavoin. Esimerkiksi lyhyellä viikonloppulomalla psykosentrisesti ja pitkällä lomalla allosentrisesti. Myöskään ihmisten liikkumista psykograafisella asteikolla heidän elinkaarensa aikana ei ole riittävästi huomioitu. (Vuoristo 2002, 45–48.)

4.3 Cohenin luokittelu

Cohenin (1972) matkailijatypologia pohjautuu Goeffmanin (1959) tutkimukseen, joka käsittelee ihmisten roolikäyttäytymistä erilaisissa tilanteissa. Cohenin matkailijaluokittelussa matkailijan rooleihin vaikuttaa sekä kotoisuus (familiarity) että uutuudenviehätys (novelty). Tästä luokittelusta on hahmotettavissa neljä perustyyppiä, jotka ovat järjestäytynyt massaturismi, yksilöllinen massaturismi, tutkimusmatkailija sekä ajelehtija.

Perustyyppi	Kotoisuus	Uutuuden-viehätys	Kuvaus
Järjestäytynyt massaturismi	korkein	matalin	valmismatkoja ja organisoitua ajanvietettä
Yksilöllinen massaturismi	korkea	matala	edellistä joustavampi, mutta sidoksissa valmiiseen matkapakettiin
Tutkimusmatkailija	matala	korkea	turistikohteiden ulkopuolelle, mutta kuitenkin turvallisesti ja mukavasti
Ajelehtija	matalin	korkein	vieraisiin oloihin riskeistä piittaamatta

TAULUKKO 1. Cohenin neljä perustyyppiä taulukossa.

Järjestäytynyt massaturismi muistuttaa lähinnä psykosentrikkoa, jossa korostuu matkan turvallisuus, tuttuus ja kotoisuus. Yksilöllinen massaturisti on myös valmismatkapaketteihin sidoksissa, mutta kuitenkin joustavampi toiminnassaan ja ohjelmassaan. Yksilöllinen massaturismi vastaa lähinnä midsentrikkoa.

Tutkimusmatkailija tekee matkajärjestelyt ja -suunnitelmat itse, matkustaa turistikohteiden ulkopuolelle, mutta nauttii kuitenkin kohtuullisista mukavuuksista niin majoituksen kuin matkustusvälineidenkin osalta. Ajelehtija, joka muistuttaa lähinnä allosentrikkoa ei mieti aikataulua, eikä määrittele reittiä etukäteen, vaan lähtee uteliaasti etsimään vieraita oloja ja uusia elämyksiä riskeistä välittämättä. (Vuoristo 2002,48.)

4.4 McIntoshin ja Goeldnerin luokittelu

McIntoshin ja Goeldnerin (1988) teoria on Maslowin tarvehierarkiasta johdettu versio matkailututkimuksiin. Sen mukaan matkailun motivaatiotekijät jakaantuvat neljään ryhmään, joita ovat:

1. Fyysiset tekijät: virkistykseen, terveyteen, urheiluun ja huvitteluun pohjautuvat tekijät, jotka vähentävät stressiä
2. Kulttuuritekijät: kiinnostus nähdä ja oppia enemmän kulttuureista, kuten esimerkiksi jonkin maan väestöstä, heidän taiteesta ja tavoistaan.
3. Ihmisten väliset tekijät: kiinnostus tutustua uusiin ihmisiin, tavata ystäviä ja sukulaisia
4. Status- ja arvostustekijät: kiinnostus kehittyä harrastuksissa tai opinnoissa, sekä arvostuksen tavoittelemiseen ja oman egon vahvistamiseen vaikuttavat tekijät (Vuoristo 2002, 42.)

4.5 Cromptonin luokittelu

Cromptonin (1979) kehittämä teoria matkailumotivaatioista pohjautuu työntö- ja vetovoimatekijöihin. Hänen mukaansa matkakohteen valintaan vaikuttavia motivaatiotekijöitä oli tunnistettavissa yhdeksän, joista seitsemän ovat sosiopsykologisia eli niin kutsuttuja työntötekijöitä. Kaksi jäljelle jäävää motivaatiotekijää luokitellaan kulttuuri- eli vetovoimatekijöiksi, joita ovat uutuudenviehätys ja koulutus. (Baloglu & Uysal 1996, 1-2.) Matkailijoiden luokittelun kannalta työntötekijät ovat vetovoimatekijöitä merkittävämmässä asemassa ja siksi perehdymme niihin tarkemmin. Cromptonin teorian mukaan sosiopsykologisia eli työntötekijöitä ovat:

1. Pako arjesta
2. Rentoutuminen
3. Pako sosiaalisesti hyväksyttävistä arkirooleista
4. Itsetutkiskelu ja -arviointi
5. Statuksen kohottaminen
6. Perhesiteiden tiivistäminen
7. Sosiaalinen kanssakäyminen (Albanese & Boedeker 2002, 108.)

Näiden pohjalta voidaan muodostaa erilaisia matkailijatyyppejä, joita esimerkiksi Seppo Ahon (2006) mukaan ovat:

Matkustusmotiivi	Matkailijatyyppi
Pako arjesta	Vaihtelun ja elämysten etsijät
Rentoutuminen	Huvimatkatilijat
Käyttäytymissäännöistä irtautuminen	”Raikulireissaajat” (esim. seksiturismi)
Itsensä tutkiskelu	Pyhiinvaeltajat ja mietiskelijät
Arvostuksen saaminen	Statusmatkatilija
Perhe – ja sukulaisuusyhteyksien ylläpito	Sukulaisvierailijat
Sosiaalisen vuorovaikutuksen edistäminen	Seuramatkatilijat ja muut kontaktihaluiset matkatilijat

TAULUKKO 2. Cromptonin matkustusmotiivien pohjalta kehitettyjä matkailijatyyppejä.

Taulukon 2. matkailijatyypit on selkeästi johdettu Cromptonin teorian matkustusmotiiveista. Niiden lisäksi Aho on tuonut kuitenkin esiin myös muita motiiveja, kuten itsensä kehittäminen (tutkimusmatkatilijat), haasteiden vastaanottamisen halu (seikkailijat), hyödyn tavoittelu (terveysmatkatilijat) ja hyväntekeväisyys (avustusmatkatilijat). (Aspholm-Heimonen 2012, 22–23.)

Matkailumotiiveista puhuttaessa pako-motiivi usein korostuu. Se onkin yksi olennainen ulottuvuus turismissa. Ihmiset tavoittelevat erilaisuutta ja vastakohtia jokapäiväiselle elämänmenolle. Graburn (1979) onkin kehittänyt ns. inversiokäyttämisen teorian, joka pohjautuu vastakohtien hakemiseen. Alla muutama esimerkki Graburnin ”vastakkaiskäyttämisen” -teoriasta:

- Ympäristö
 - Talvi (kylmyys) vs kesä (lämpö):
Kylmästä Suomesta matkataan etelän lämpöön
- Sivilisaatio
 - Maaseutu (rauhallisuus) vs kaupunki (urbanismi):
Suomen pikkukaupungeista ja maaseudulta matkataan suurkaupunkeihin (Vuoristo 2002, 43–44.)

5 TUTKIMUSMENETELMÄ

Ennen tutkimustulosten avaamista esittelen vielä tässä tutkimuksessa käyttämäni tutkimusmenetelmää ja perusteluita juuri kyseisen tutkimusmenetelmän valintaan. Tässä luvussa käsittelen kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, perusjoukkoa, otantaa, kyselylomaketta, tutkimustulosten analysointia ja tutkimuksen luotettavuutta.

5.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Valitsin tutkimusmenetelmäksi kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen, koska sillä voidaan selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä asioita ja siten saada vastauksia mm. kysymyksiin ”kuinka moni?”, ”kuinka usein?”, ”miten paljon?” Tutkimustuloksia voidaan esittää taulukoiden ja kuvioiden avulla ja tutkimuksen myötä saadaan usein kartoitettua tutkittavan asian olemassa oleva tilanne eli yleiskuva. (Heikkilä 2008, 18; Vilka 2007, 13–14.) Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän vahvuutena on lisäksi erilaisten ryhmien vertailu ja luokittelu, josta on kyse myös tässä tutkimuksessa, sillä tämän tutkimuksen päätavoitteena on nimenomaan jaotella vastaajat yhtenäisiin ryhmiin eli muodostaa matkailijaprofiileja (Jyväskylän yliopisto 2012).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusaineisto voidaan kerätä kyselyllä, haastattelulla tai systemaattisella havainnoinnilla. Näiden lisäksi joidenkin tutkimusten kohdalla voidaan myös hyödyntää myös valmiita rekistereitä tai tilastoja. Tässä tutkimuksessa käytettiin sähköistä kyselylomaketta, koska se soveltuu aineistonkeruumenetelmäksi tutkittavien henkilöiden ollessa hajallaan ja tutkittavan asian ollessa henkilökohtainen. (Vilka 2007, 27–29.)

5.2 Perusjoukko, otanta ja otos

Mitä tahansa tutkimusta ollaan toteuttamassa, on ensiksi määriteltävä tutkimuksen perusjoukko eli ketkä ovat tutkimuksen kohteena (Holopainen & Pulkkinen 2002, 15). Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on usein kannattavaa tehdä kokonaistutkimus eli tutkia jokainen perusjoukon edustaja. Kaikissa tutkimuksissa ei ole mielekästä tai mahdollista tutkia koko perusjoukkoa, vaan silloin joudutaan

käyttämään otantamenetelmää, jossa perusjoukosta valitaan sitä mahdollisimman hyvin edustava otos eli havaintoyksiköiden ryhmä. Yleisimmät otantamenetelmät ovat yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen satunnaisotanta, ositettu otanta ja ryväsotanta. (Heikkilä 2008, 33–36; Vilkkä 2007, 51.) Näiden otantamenetelmien kautta saadaan perusjoukon osajoukko, joka oikein poimittuna kuvastaa perusjoukkoa edustavasti eli siitä on tunnistettavissa samoja ominaisuuksia samassa suhteessa kuin perusjoukosta kokonaisuudessaan. Tämä tarkoittaa, että otos on ikään kuin perusjoukko pienoiskoossa. (Holopainen & Pulkkinen 2002, 29.) Otoksen vähimmäiskokona pienelle kohderyhmälle pidetään yleensä sata havaintoyksikköä, mutta on syytä huomioida, että mitä suurempi otos on kooltaan, sitä luotettavampia tulokset ovat (Vilkkä 2007, 57.)

Kuten olen jo aiemmin tuonut esiin, tämän tutkimuksen perusjoukon muodostavat suomalaiset homot ja lesbot. Perusjoukon tarkkaa lukumäärää ei voida selvittää, jolloin myöskään kokonaistutkimusta ei pystytä toteuttamaan. Tässä tutkimuksessa käytettiin lähinnä yksinkertaista satunnaisotantaa, jota toisinaan kutsutaan myös umpimähkäiseksi otannaksi. Tässä otantamenetelmässä jokaisella perusjoukkoon kuuluvalla jäsenellä on yhtä suuri todennäköisyys päätyä otokseen. Tässä tutkimuksessa ketään ei valittu otokseen, vaan havaintoyksiköiden ryhmä muodostui internetissä avoinna olevaan kyselyyn oma-aloitteisesti vastaavista perusjoukon jäsenistä.

5.3 Kyselylomake

Kyselylomake on merkittävässä osassa kysely- ja haastattelututkimuksissa ja siksi kysymysten suunnittelussa on syytä olla tarkkana. Kyselylomakkeen tulisi olla rakennettu siten, että sillä mitataan nimenomaan tutkimussuunnitelmassa määriteltä asiaa. Kyselylomakkeen suunnittelussa on ensinnäkin tarkkaan määriteltävä tutkimusongelma, perehdyttävä alan kirjallisuuteen ja aiempiin tutkimuksiin sekä määriteltävä teorian pohjalta keskeiset käsitteet. Suunnittelussa on myös syytä kiinnittää huomiota siihen, miten aineistoa tullaan käsittelemään. (Heikkilä 2008, 47; Vilkkä 2007, 63.) Valmiilla vastausvaihtoehdoilla vastauksista saadaan yhdenmukaisia ja niiden käsittely nopeutuu, mutta toisinaan on kuitenkin perusteltua käyttää avoimia kysymyksiä, jolloin vastaamista rajoitetaan

mahdollisimman vähän. Monivalintakysymysten ja avoimien kysymyksien lisäksi voidaan myös käyttää sekamuotoisia kysymyksiä, jossa on valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi avoin kohta. (Holopainen & Pulkkinen 2002, 42; Vilka 2007, 68–69.)

Kyselylomakkeen jokaisen kysymyksen kohdalla tulee varmistaa seuraavat asiat: kysymyksessä ei saa olla johdattelevia tai muuten turhia sanoja, mitä kyseisellä kysymyksellä mitataan ja että yhdessä kysymyksessä mitataan vain yhtä asiaa. Kysymysten sisältöä ja muotoilua ei voida koskaan tarkistaa liikaa, sillä siinä vaiheessa, kun kysely on vastaajalla, mitään ei voida enää korjata. (Vilka 2007, 63–65.)

Tämän tutkimuksen kyselylomakkeessa (liite 1) kysyttiin yhteensä 38 kysymystä. Ensimmäiset 12 kysymystä kartoittivat vastaajien taustatietoja, kuten sukupuolta, seksuaalista suuntautumista, asuinpaikkaa, koulutusta jne. Sen jälkeen kyselyssä siirryttiin kotimaanmatkailuosioon, joka koostui seitsemästä kysymyksestä. Kotimaanmatkailun jälkeen kyselyssä oli viisi kysymystä laivamatkoihin liittyen ja sen jälkeen yhdeksän kysymystä ulkomaanmatkailusta. Jokaisen näiden osion kohdalla selvitettiin matkustusmotivaatioita, matkustustiheyttä, majoitusmuotoa, matkakohteita ja yhden matkan aikana kulutettua rahasummaa. Lisäksi oli tarkentavia kysymyksiä tarpeen mukaan. Esimerkiksi ulkomaanmatkailussa kysyin lomakohteen valintaan liittyvistä ominaisuuksista. Loput kysymykset liittyivät matkailijoiden luokitteluihin sekä stereotypioihin, joita gay-matkailijoihin liitetään. Kotimaanmatkailun ja ulkomaanmatkailun kohdalla kerroin vielä ennen kysymyksiä tässä tutkimuksessa käytettävän määritelmän kummallekin matkailumuodolle. Kyselyssä oli yhteensä 10 avointa kysymystä, joilla selvitettiin muun muassa vastaajien harrastuksia sekä rahankäyttöä matkoilla. Yksi avoimista kysymyksistä oli lähinnä palautteen antamista tutkimuksesta ja yhdessä kysyttiin ylipäättään ajatuksia gay-matkailun käsitteestä.

Kyselylomake on aina testattava ennen varsinaista tutkimusta, jotta voidaan selvittää mm. kysymysten toimivuutta, vastausohjeiden selkeyttä ja kysymysten yksiselitteisyyttä (Vilka 2007, 78). Toteutin kyselylomakkeeni valmiiksi webropol-ohjelmalla ja annoin suoran linkin kyselyyn kuudelle koehenkilölle, jotka testasivat lomakkeen. Koetestaajista kolme antoi palautetta kyselyssä

ilmenneistä ongelmakohdista ja kaksi henkilöä mittasi kauanko tutkimukseen vastaaminen kestää. Arvion itse vastaamiseen kestävän n. 15 minuuttia ja testaajat vahvistivat kyseisen ajan. Testauksen jälkeen tein kyselylomakkeeseen vaadittavat korjaukset ja poistin samalla testauksen kautta saamani vastaukset.

5.3.1 Saatekirje

Saatekirje liittyy olennaisena osana tutkimuslomakkeeseen. Saatekirjeen tulee olla vain yhden sivun mittainen, ja sen tarkoitus on selvittää vastaajalle mihin tarkoitukseen hänen antamia tietoja käytetään. Saatekirjeen perusteella vastaaja tekee päätöksensä vastaako kyselyyn vai ei. Saatekirjeellä on siten merkittävä rooli. Saate ei kuitenkaan välttämättä aina ole kirjallinen, vaan esimerkiksi haastatteluiden yhteydessä sen voi toteuttaa myös suullisesti. (Vilka 2007, 81). Omassa tutkimuksessani saatekirje oli tutkimuslomakkeen ensimmäinen sivu. Saatekirjeessä esittelin itseni sekä tutkimuksen toimeksiantajan. Lisäksi kerroin tutkimukseni tavoitteista ja siitä, että tutkimustuloksia käsitellään luottamuksellisesti ja kokonaisuuksina, eli vastauksia ei voida jälkikäteen yhdistää yksittäisiin vastaajiin.

5.4 Tutkimuksen kokonaisluotettavuus

Tutkimuksissa pyritään saamaan aina totuudenmukaisia tuloksia, mutta siitä huolimatta tulosten pätevyys ja luotettavuus vaihtelevat. Tutkimuksen kokonaisluotettavuutta arvioitaessa onkin syytä tarkastella validiteettia (pätevyyttä) sekä reliabiliteettia (luotettavuutta). (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.)

5.4.1 Reliaabelius

Reliabiliteetti mittaa, pysyvätkö tulokset samankaltaisina mittauksesta toiseen eli toisin sanoen kyse on tutkimuksen toistettavuudesta. Reliabiliteetissa tarkastelun kohteena on etenkin mittaukseen liittyvät asiat ja tarkkuus tutkimuksen toteutuksessa. (Vilka 2007, 149.)

Tämän tutkimuksen kohdalla saatiin laaja otos perusjoukosta ja otos oli laadultaan hyvä edustaessaan tasaisesti molempia sukupuolia sekä eri ikäryhmiä.

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on kuitenkin syytä pohtia miten tarkasti ja totuudenmukaisesti vastaajat ovat kyselylomakkeen täyttäneet. Esimerkiksi kulutustottumuksien kohdalla oli havaittavissa vähän epäjohtonmukaisuutta joissain vastauksissa. Epäjohtonmukaisuudella tarkoitan esimerkiksi sitä, että osa vastaajista ilmoitti kuluttavansa yli viikon ulkomaanmatkan aikana kokonaisuudessaan alle 100€, joka tuntuu erikoisen pieneltä summalta etenkin muihin vastauksiin nähden.

5.4.2 Validius

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen kykyä mitata juuri sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Mittarit ja menetelmät eivät aina todellisuudessa toimi siten kuin tutkija saattaa olettaa. Esimerkiksi vastaajat saattavat käsittää kysymyksen toisin kuin tutkija on tarkoittanut. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231–232.)

Tämän tutkimuksen kohdalla kyselylomake onnistui hyvin, sillä kysymykset ja vastausvaihtoehdot olivat yksiselitteisiä, eikä lopulliseen kyselylomakkeeseen jäänyt epäselviä kohtia. Lisäksi kyselylomakkeessa olevat kysymykset antoivat vastauksia oikeisiin asioihin. Tutkimuksen alkutaipaleella selvitin itselleni, että haen kyselylomakkeella tietoa suomalaisten gay-matkailijoiden matkailutottumuksista niin kotimaan kuin ulkomaanmatkailun osalta siitä, miksi he matkustavat, minne he matkustavat, miten usein he matkustavat ja miten he kuluttavat matkoillaan. Ongelmaksi tutkimuksessa nousi kuitenkin tutkimusalueen laajuus. Tutkimusalue olisi täytynyt rajata tiukemmin, jolloin tutkimuksessa olisi voinut syventyä rajattuun alueeseen syvällisemmin. Nyt saamamme tutkimustulokset antavat siten vain pintaraapaisun ilmiöstä gay-matkailu.

6 TUTKIMUSTULOKSET

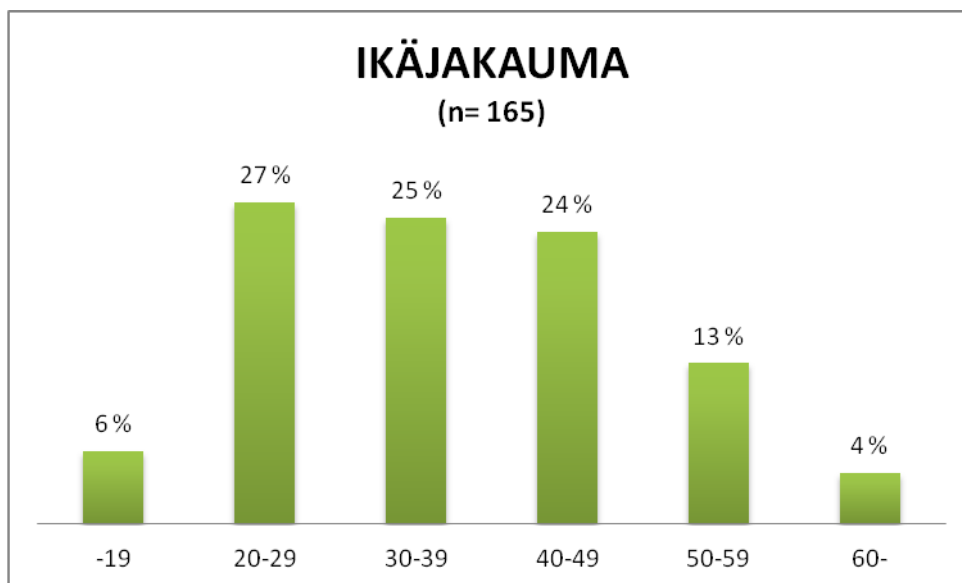
Gay-matkailijan profilointitutkimukseen osallistui yhteensä 206 henkilöä. Vastaajista 165 henkilöä määritteli itsensä seksuaaliselta suuntautumiseltaan homoseksuaaliksi, joten vain he ovat mukana tässä tutkimuksessa. Loput 41 vastaajaa, jotka määrittelivät itsensä biseksuaaleiksi, panseksuaaleiksi, queer-henkilöiksi tai ylipäätään muuksi kuin homoseksuaaliksi rajattiin pois.

Tässä luvussa esittelen tutkimuksen tulokset. Ensiksi avaan tuloksia demografisten ja maantieteellisten mittareiden kautta. Tämän jälkeen tuloksia käsitellään sosio-ekonomisten piirteiden perusteella. Niin kutsuttujen kovien muuttujien jälkeen siirrytään tutkimaan vastaajien matkailutottumuksia. Tutkimustuloksissa matkailu on jaettu kahteen pääosioon, jotka ovat kotimaanmatkailu ja ulkomaanmatkailu. Tämän jälkeen syvennytään vielä selvittämään vastaajien motivaatioita ylipäätään matkailun suhteen ja selvitetään erilaisten stereotyyppien paikkansapitävyyttä tämän matkailijaryhmän kohdalla.

Kyselylomakkeessa selvitettiin myös laivamatkustusta omana erillisenä osionaan, mutta sen tuloksia en tässä yhteydessä avaa, sillä koko laivamatkustusosio päätettiin ottaa mukaan lähinnä siksi, ettei vastaajien keskuudessa olisi sekaannusta siitä, lasketaanko esimerkiksi päiväristeilyt Tallinnaan kotimaanmatkaksi, vai ulkomaanmatkaksi. Omana erillisenä osionaan laivamatkustus saadaan täten irrotettua kokonaan kotimaan- ja ulkomaanmatkailusta.

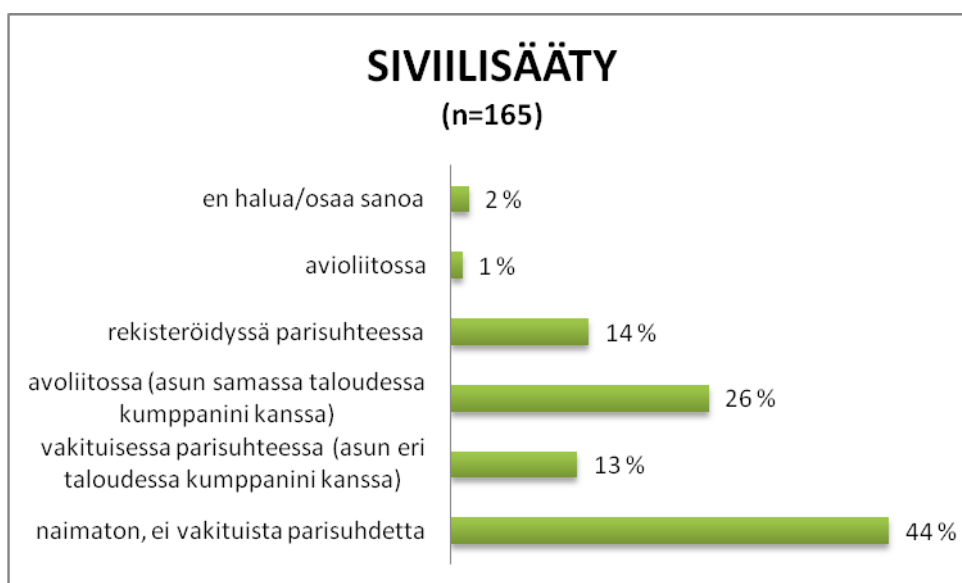
6.1 Demografiset ja maantieteelliset indikaattorit

Demografisia mittareita eli indikaattoreita ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, siviilisääty. Maantieteellisten mittareiden avulla vastaajat voidaan sijoittaa alueelliseen ympäristöönsä eli heidät voidaan jakaa esimerkiksi asuinpaikkansa mukaan kunnittain, lääneittäin, kaupunginosittain jne. (Vuoristo 2002, 39.) Tässä tutkimuksessa vastaajista oli naisia 65 ja miehiä 100. Suurin osa tutkimuksen ulkopuolelle karsituista biseksuaaleista vastaajista edusti naisia, joten se selittää osaltaan naisten pientä määrää. Vastausvaihtoehtona sukupuoleksi oli myös kohta muu, johon vastauksia tuli vain kolme.



KUVIO 1. Ikäjakaut

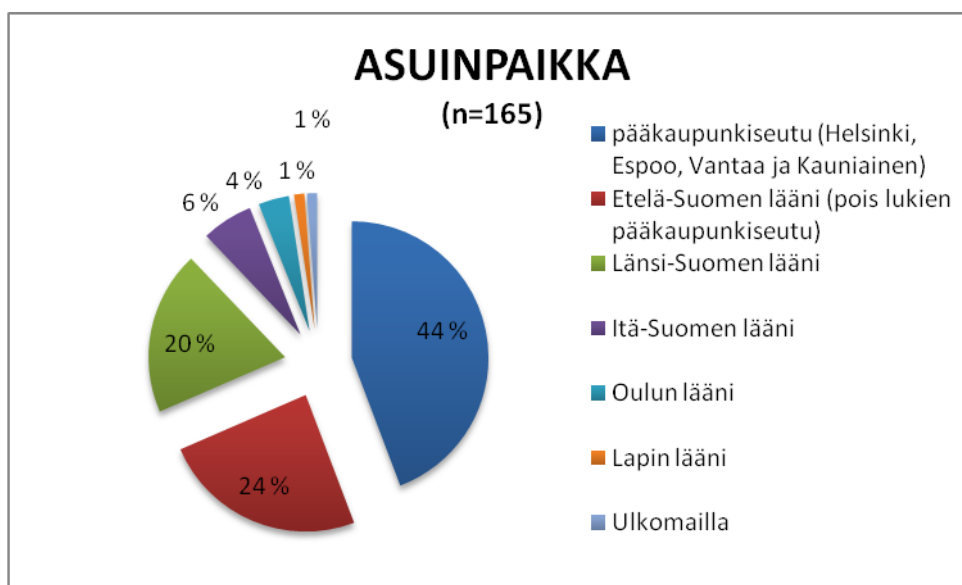
Kuvio 1 kuvaa vastaajien ikäjakautaa prosentuaalisesti. Siitä selviää, että vastaajista suurin osa eli 27 % oli 20–29-vuotiaita. Toiseksi eniten vastauksia tuli 30–39-vuotialta, joiden osuus oli 25 % ja lähes yhtä paljon eli 24 % vastaajista oli 40–49-vuotiaita. Pienimmille osuuksille jäivät sekä alle 19-vuotiaat 6 %:lla ja yli 60-vuotiaat 4 %:lla. Kaiken kaikkiaan ikäjakaut oli siten melko tasainen. Suurin sukupuolten välinen ero oli se, että naisvastaajista suurin osa eli 35 % oli 20–29-vuotiaita kun vastaavasti miesvastaajista enemmistö (30 %) oli 40–49-vuotiaita. Muissa ikäryhmissä sukupuolijakaut prosentuaalisesti oli tasainen.



KUVIO 2. Siviilisääty

Siviilisäädyn suhteen vastaukset jakaantuivat kaikkiin vaihtoehtoihin. (kuvio 2) Vastaajista 44 %:a ilmoitti olevansa naimattomia, joka oli siten yleisin vastaus sekä miesten että naisten kohdalla. Toiseksi suurimmaksi ryhmäksi nousivat avoliitot, joissa asutaan samassa taloudessa kumppanin kanssa. Siihen kuului 26 % vastaajista. Kolmanneksi sijoittuivat rekisteröidyt parisuhteet, joiden osuus oli 14 %. Lähes samaan eli 13 %:iin ylsi vakituiset parisuhteet, joissa asutaan kuitenkin erillään. 1 % vastaajista ilmoitti olevansa avioliitossa, joka täytyy tulkita avioliitoksi vastakkaisen sukupuolen kanssa, sillä ainakaan vielä Suomessa ei ole mahdollista avioitua samaa sukupuolta olevan henkilön kanssa.

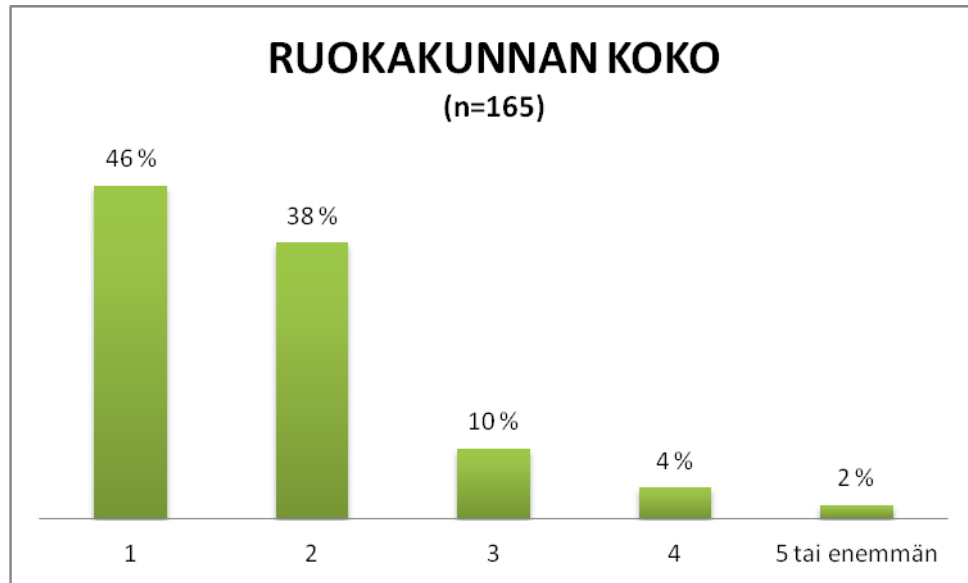
Jotta saadaan vertailukohta naimattomien ryhmälle, täytyy laskea kuitenkin yhteen avoliitossa olevat, rekisteröidyssä parisuhteessa olevat sekä vakituksessa parisuhteessa olevat. Nämä kolme yhteenlaskettuna muodostavat 53 %:n osuuden vastaajista, joka tarkoittaa, että yli puolella vastaajista on kumppani.



KUVIO 3. Asuinpaikka

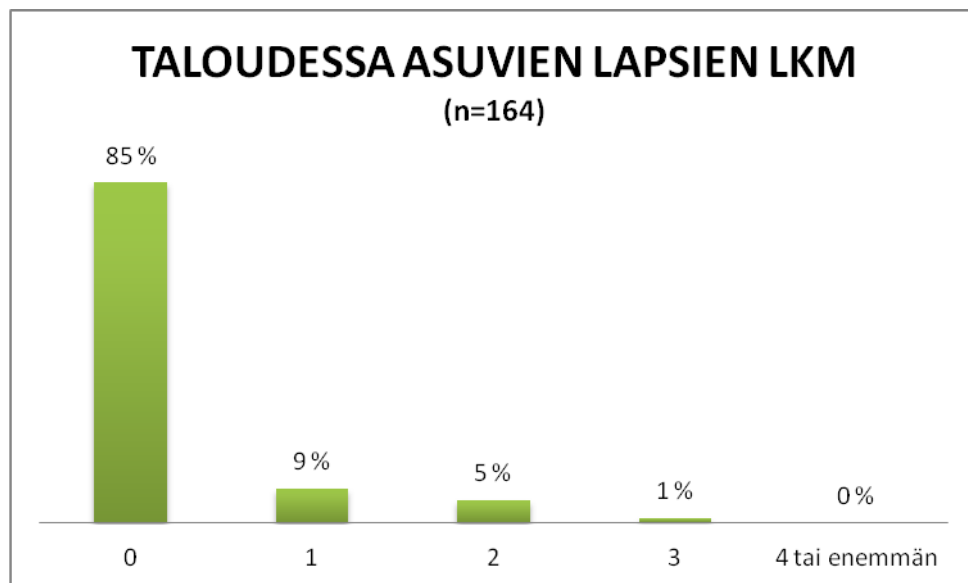
Lähes puolet vastaajista eli 44 % ilmoitti asuinpaikakseen pääkaupunkiseudun. Toiseksi suurin osa oli Etelä-Suomen lääni (pois lukien pääkaupunkiseutu), jonka osuus oli 24 %. Kolmanneksi eniten 20 % vastauksista tuli Länsi-Suomen läänistä ja loput alueet saivat alle 10 %:n osuuden. Asuinpaikassa ei ollut juurikaan eroa miesten ja naisten välillä, sillä molempien kohdalla järjestys oli sama ja prosentuaaliset erot hyvin pieniä. (kuvio 3)

6.2 Ruokakunnan koko ja lapset



KUVIO 4. Ruokakunnan koko

Vastaajista 46 % ilmoitti ruokakuntaan kuuluvan itsensä mukaan lukien yhden, joka tarkoittaa siten yhden hengen talouksia. Vastaajista 38 % kuului kahden hengen talouteen ja lopuissa 16 %:ssa ruokakunnan koko oli 3 tai enemmän. (kuvio 4)



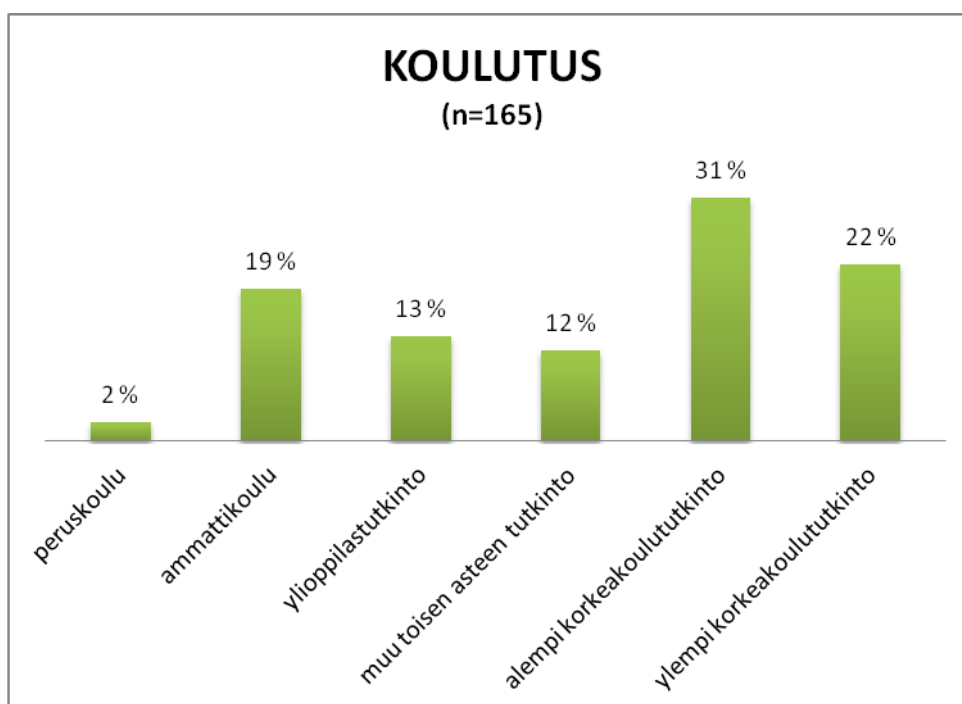
KUVIO 5. Taloudessa asuvien lasten lukumäärä

Taloudessa asuvien lasten lukumäärää selvitetessä 85 % vastaajista ilmoitti, ettei heidän taloudessaan asu lapsia. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö heillä voisi olla lapsia, sillä kysymyksessä ei pyritty selvittämään vanhemmuutta

ylipäättään vaan sitä asuuko lapsia samassa taloudessa. 15 %:a vastaajista ilmoitti, että heillä asui lapsia samassa taloudessa. Heistä 9 %:lla oli yksi lapsi, 5 %:lla kaksi lasta ja 1 %:lla kolme lasta. Samassa taloudessa asuvat lapset olivat yleisempiä naisten keskuudessa kuin miesten. Miesvastaajien keskuudessa lapsitalouksia oli vain 7 %, kun taas naisvastaajien keskuudessa lapsia oli 28 %:ssa talouksista. (kuvio 5)

6.3 Sosio-ekonomiset indikaattorit

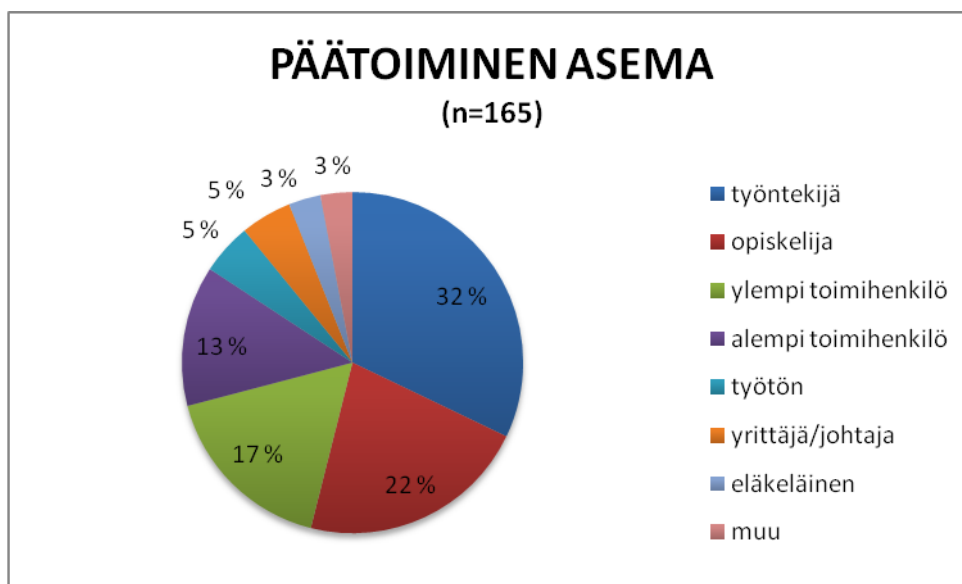
Sosio-ekonomiset mittarit eli indikaattorit käsittelevät yhteiskunnallista asemaa, kuten koulutustasoa, asemaa ammatissa sekä varallisuutta. Myös matkailukäyttäytymisen kannalta merkittävät omistukset, kuten auto, asunto-auto tai kesämökki voidaan katsoa tähän joukkoon. (Vuoristo 2002, 39–40.)



KUVIO 6. Korkein suoritettu tai meneillään oleva tutkinto

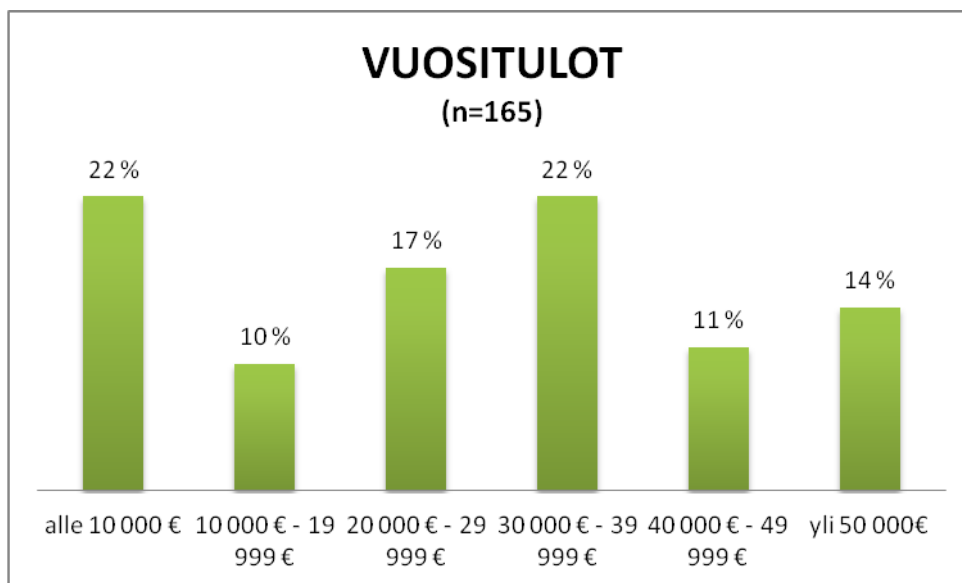
Vastaajista 31 % ilmoitti korkeimmaksi suoritetuksi tai meneillään olevaksi tutkinnoksi alemman korkeakoulututkinnon. Toiseksi yleisin tutkinto oli ylempi korkeakoulututkinto, jonka merkitsi 22 % vastaajista. Kolmannelle sijalle nousi 19 %:lla ammattikoulu. Ylioppilastutkinto sai 13 % ja muu toisen asteen tutkinto 12 %. Pelkän peruskoulun vastaajista valitsi 2 %. Merkittävimmin ero sukupuolten välillä oli se, että miehistä korkeimmaksi koulutukseksi

ammattikoulun ilmoitti 24 % kun taas naisista vain 12 %. Kuitenkin sekä miesten, että naisten osalta yli 50 % vastaajista molemmista ryhmistä ilmoitti koulutustasokseen alemman tai ylemmän korkeakoulututkinnon. (kuvio 6)



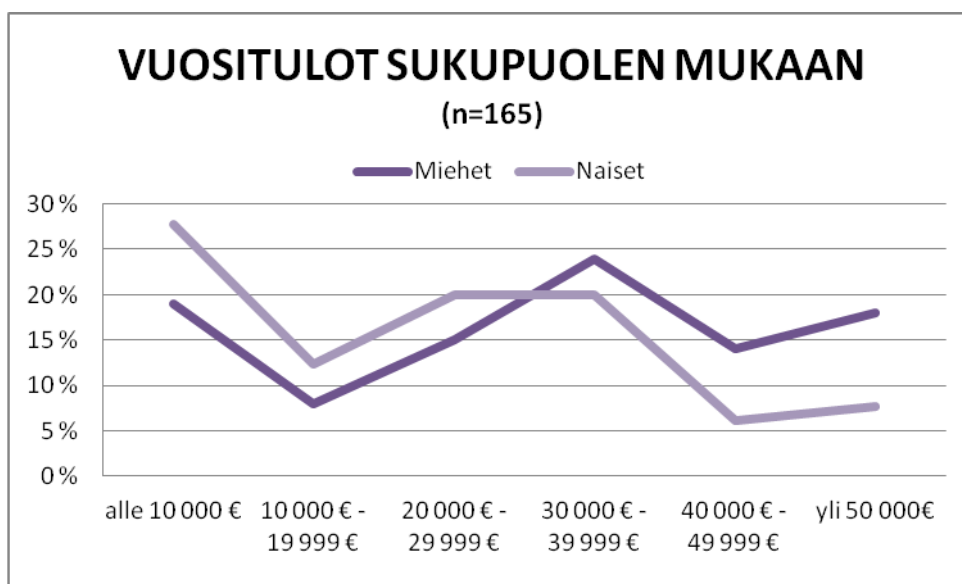
KUVIO 7. Päätoiminen asema

Päätoimisen aseman suhteen vastaajat jakaantuivat melko tasaisesti muutamaan pääryhmään. Suurin osa eli 32 % ilmoitti päätoimiseksi asemakseen työntekijä. Toiselle sijalle 22 %:lla jäi opiskelija. 17 %:a vastaajista ilmoitti olevansa ylempiä toimihenkilöitä ja 13 % alempia toimihenkilöitä. Loput ryhmät jäivät 5 %:iin tai sen alle. Sukupuolten välisiä eroja oli havaittavissa lähinnä siinä, että miehet toimivat huomattavasti naisia yleisemmin ylempinä toimihenkilöinä ja vastaavasti naisten keskuudessa oli taas enemmän alempia toimihenkilöitä. (kuvio 7)



KUVIO 8. Vuositulot

Vastaajat jakaantuivat melko tasaisesti kaikkiin tuloryhmiin. Suurimmiksi ryhmiksi nousivat kuitenkin 22 %:lla sekä alle 10 000 € ansaitsevat sekä 30 000 - 39 999 € ansaitsevat. On syytä muistaa, että nimenomaan 22 % vastaajista ilmoitti olevansa myös päätoimisesti opiskelijoita, joten se varmasti selittää tuota alle 10 000 € tienaaavien ryhmää. (kuvio 8)



KUVIO 9. Vuositulot sukupuolen mukaan

Tutkittaessa vuosituloja sukupuolen mukaan voidaan havaita naisten tienaaavan miehiä heikommin. Naisten kohdalla suuremmat prosenttiosuudet painottuvat

pienempiin tuloluokkiin, kun taas miesten suuremmat prosenttiosuudet ovat suuremmissa tuloluokissa. (kuvio 9)

6.4 Harrastajarakenne

Vastaajille annettiin mahdollisuus kertoa harrastuksistaan. Noin 19 % jätti vastaamatta tai vastaus oli muuten käyttökelvoton. Loput 81 % vastaajista kertoi yhdestä kolmeen harrastustaan, joten yhteensä vastauksia tuli 336. Jaottelin vastaukset kymmeneen eri kategoriaan, jotka ovat liikunta, elektroniikka, kirjallisuus, matkailu, musiikki, luonto ja eläimet, koti, kulttuuri, järjestötoiminta sekä kategoria muut.

Harrastuksissa selkeästi suurimman ryhmän muodostivat erilaiset urheilulajit, joiden osuus oli noin 34 %. Liikuntaharrastuksista yleisimpinä esiintyivät lenkkeily, kuntosali, uinti ja ulkoilu. Muiden harrastusten suhteen osuudet menivät hyvin tasan ja saivat siten vähän alle 10 % osuuden. Sukupuolten välisistä eroista merkittävää oli ainoastaan se, että matkailu oli miesten keskuudessa huomattavasti suosittu harrastus kuin naisten. Naisilla taas vastaavasti nousivat luonto ja eläimet miehiä yleisemmäksi.

6.5 Kotimaanmatkailu

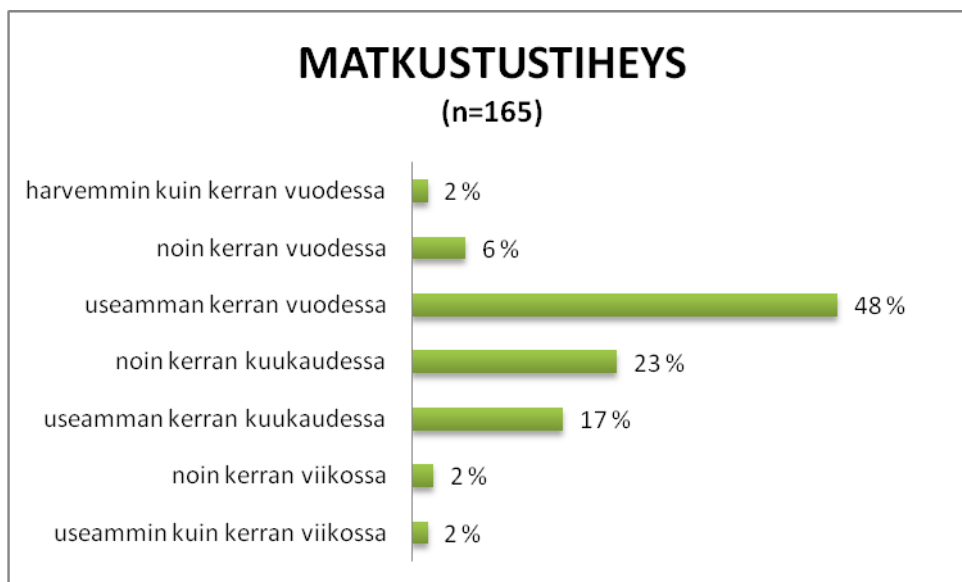
Tässä tutkimuksessa kotimaanmatkailuun haluttiin sisällyttää myös päiväkäynnit ja siksi päädyttiin määrittelemään kotimaanmatkailuksi kaikki yli 30 km päähän kohdistuvat matkat, joka toteutetaan vapaa-aikana. Tämä määritelmä kerrottiin vastaajille kyselylomakkeessa kotimaanmatkailua koskevan osion alussa.

Kotimaanmatkailun matkakohteita kysyttäessä vaihtoehtoina olivat 19 suurinta kaupunkia sekä vaihtoehto muu, mikä? Helsinki sijoittui ensimmäiseksi 19 %:lla, toiselle sijalle jäi Tampere 17 %:lla. Kolmanneksi eniten eli 11 %:a vastauksia tuli kohtaan muu, mutta kyseisen vaihtoehdon vastauksissa oli paljon hajontaa, joten yli prosenttiin ei yltänyt yksikään kaupunki tai paikkakunta kyseisen kohdan vastauksista.



KUVIO 10. Matkustusmotivaatiot kotimaanmatkailussa

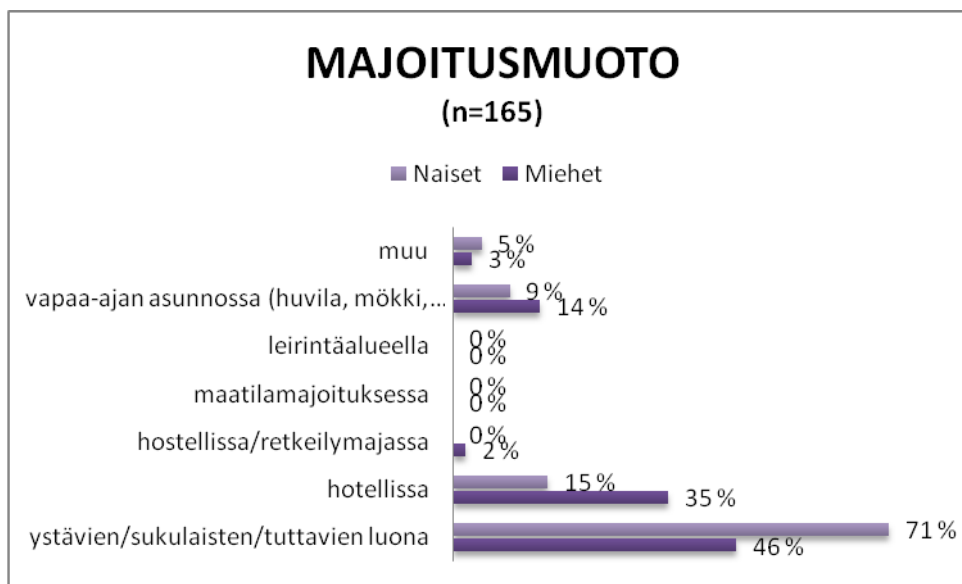
Ylivoimaisesti suurin motivaatiotekijä kotimaanmatkailussa oli ystävien ja sukulaisten tapaaminen, jonka osuus oli 29 %. Toiseksi sijoittui 13 %:lla rentoutuminen, sen jälkeen 12 %:lla ajanviete ja 10 %:lla virkistys. Pienimmät osuudet saivat terveydelliset syyt 0 % sekä uskonnolliset syyt 1 %. Vaihtoehto muu sai 2 % ja yleisin vastaus siinä ryhmässä oli mökkeily. Sukupuolten välisiä eroja ei juurikaan ollut havaittavissa. (kuvio 10)



KUVIO 11. Matkustustiheys kotimaanmatkailussa

Kotimaanmatkailun matkustustiheyttä selvitin kysymällä kuinka usein vastaajat keskimäärin matkustavat kotimaassa vapaa-aikanaan. Tulokset jakaantuivat siten,

että lähes puolet eli 48 % vastaajista ilmoitti matkustavansa kotimaassa useamman kerran vuodessa. Toiseksi sijoittui 23 %:lla vastausvaihtoehto noin kerran kuukaudessa ja kolmanneksi 17 %:lla useamman kerran kuukaudessa. Vaihtoehtojen molemmat ääripäät saivat vähän vastauksia. Sukupuolten välisiä eroja ei tämänkään kysymyksen kohdalla juuri esiintynyt. (kuvio 11)



KUVIO 12. Majoitusmuoto kotimaanmatkailussa sukupuolen mukaan

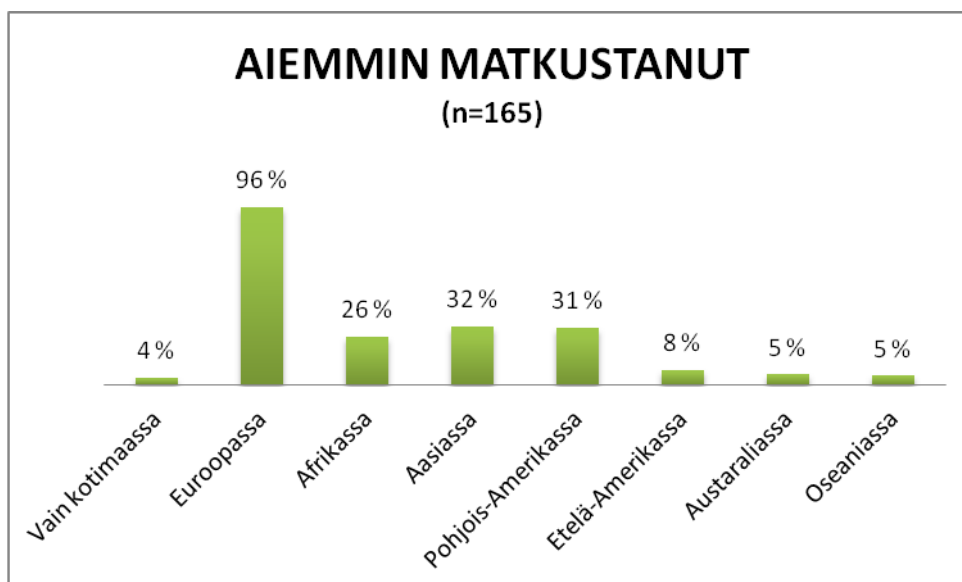
Majoitusmuodon tuloksissa (kuvio 12) oli miesten ja naisten suhteen melko suuriakin prosentuaalisia eroja, vaikka vastausten järjestys pysyikin samana. Naisilla selkeästi yleisimmin eli 71 % osuudella majoituspaikka löytyy ystävien, sukulaisten tai tuttavien luota. Sama vaihtoehto oli myös miesten osalta ensimmäisenä, mutta vain 46 % osuudella. Toiseksi vaihtoehdoksi molemmilla nousi hotellimajoitus, joka sai miesten keskuudessa 35 % kun taas naisilla osuus oli vain 15 %. Maatilamajoitus ja leirintäalue eivät saaneet vastauksia lainkaan. Osioon muu tuli vastauksia, kuten päiväretki, purjevene, asuntoauto ja lomaosake.



KUVIO 13. Matkustusväline kotimaanmatkailussa

Enimmäkseen omaa ajoneuvoa tai kimppakyytiä kotimaanmatkustuksessa käytti 56 % vastaajista. Julkinen liikenne sai 39 % vastauksista, joten sijoittui siten toiseksi yleisimmäksi kotimaanmatkustusmuodoksi. Muu maksullinen liikenne sai vain 4 % vastauksista ja vaihtoehto muut 1 %. (kuvio 13)

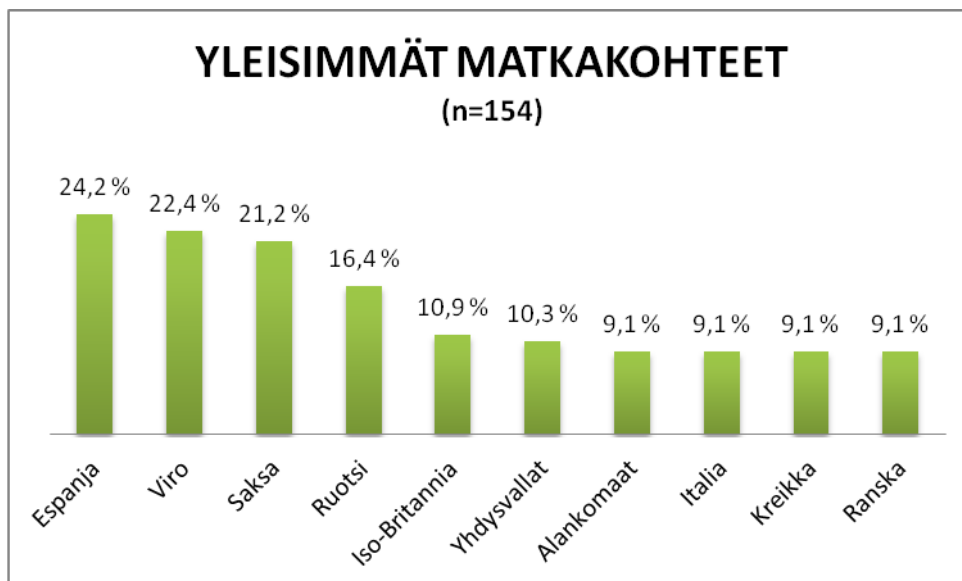
6.6 Ulkomaanmatkailu



KUVIO 14. Maanosat, joissa vastaajat ovat aiemmin matkustaneet

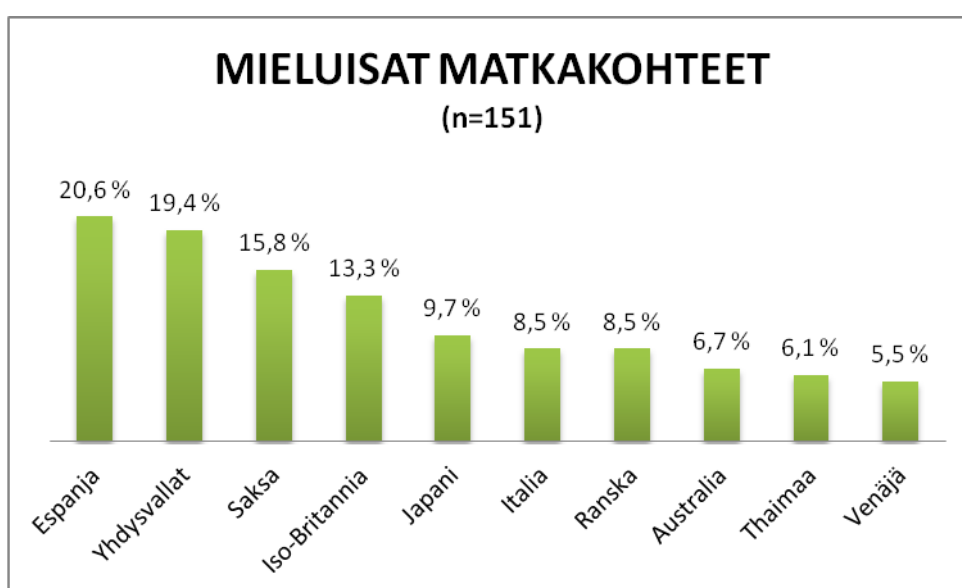
Vastaajista 4 % ilmoitti matkustaneensa aiemmin vain kotimaassa. Loput 96 % olivat kaikki matkustelleet Euroopassa. Euroopan jälkeen toiseksi eniten

matkailua oli toteutettu Aasiassa, jossa oli käynyt 32 % vastaajista ja lähes yhtä moni eli 31 % oli matkustellut Pohjois-Amerikassa. (kuvio 14)



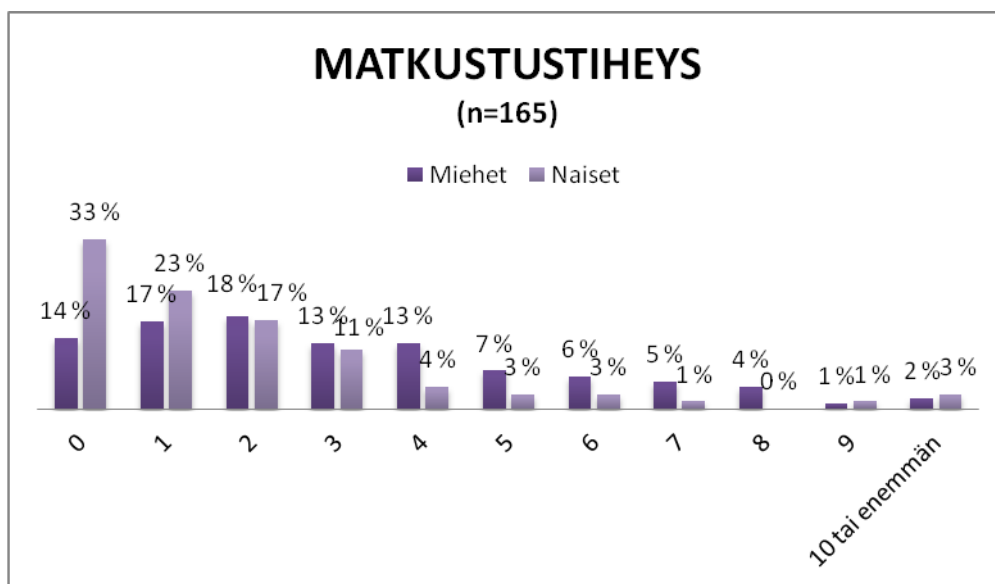
KUVIO 15. Yleisimmät matkakohteet, joissa vastaajat ovat viimeksi matkustaneet

Vastaajille annettiin mahdollisuus kertoa kolme viimeisintä matkakohdettaan. (kuvio 15) Matkakohteita kysyttäessä osa vastasi kaupungin ja vastaavasti toiset ilmoittivat maan. Tästä syystä ryhmittelin vastaukset maan mukaan, jolloin sain vastauksista keskenään vertailukelpoisia. Yleisimmäksi matkakohteeksi paljastui Espanja, jonka nimesi 24,2 % vastaajista. Toiselle sijalle nousi Viro (22,4 %) ja kolmen kärkeen ylsi myös Saksa (21,2 %).



KUVIO 16. Mieluisat matkakohteet tulevaisuudessa

Avoimella kysymyksellä selvitettiin myös, mihin kolmeen matkakohteeseen vastaajat haluaisivat seuraavaksi matkustaa. Ryhmittelin vastaukset jälleen maittain. (kuvio 16) Espanja oli myös tämän kysymyksen kohdalla yleisin vastaus. Eli 20,6 % vastaajista nimesi Espanjan yhdeksi sellaiseksi matkakohteeksi, johon haluaisi matkustaa tulevaisuudessa. Toiseksi suosituimmaksi kohteeksi nousi Yhdysvallat, jonka listasi 19,4 % vastaajista. Kolmannelle sijalle ylsi Saksa, jonka vastasi 15,8 % vastaajista.



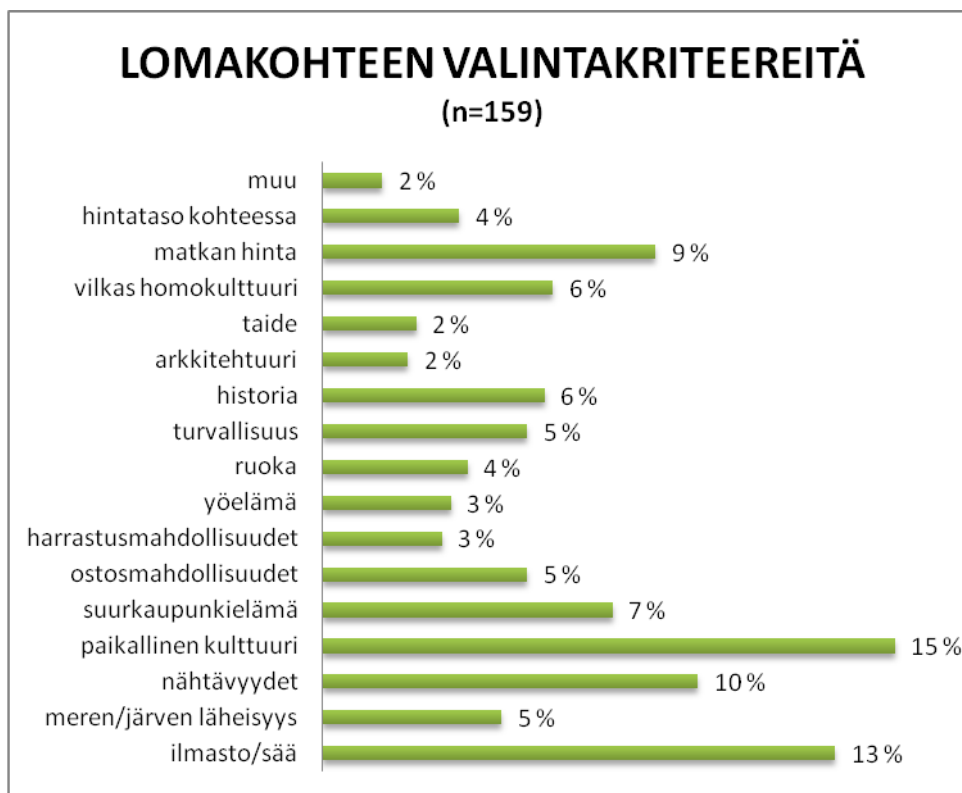
KUVIO 17. Ulkomaanmatkojen määrä viimeisen 12 kuukauden aikana sukupuolen mukaan

Ulkomaanmatkojen määrää viimeisen vuoden aikana selvittäessä vastaukset jakaantuivat laajasti, osa oli tehnyt jopa 10 ulkomaanmatkaa viimeisen vuoden aikana ja toiset taas eivät yhtäkään matkaa. Tuloksista ilmeni, että naisista suurin osa eli 33 % ei ollut tehnyt lainkaan ulkomaanmatkaa viimeisen vuoden aikana ja miehistä suurin osa eli 18 % oli tehnyt kaksi ulkomaanmatkaa. Toiseksi yleisin vastaus molempien ryhmien osalta oli yksi ulkomaanmatka viimeisen vuoden aikana. (kuvio 17)



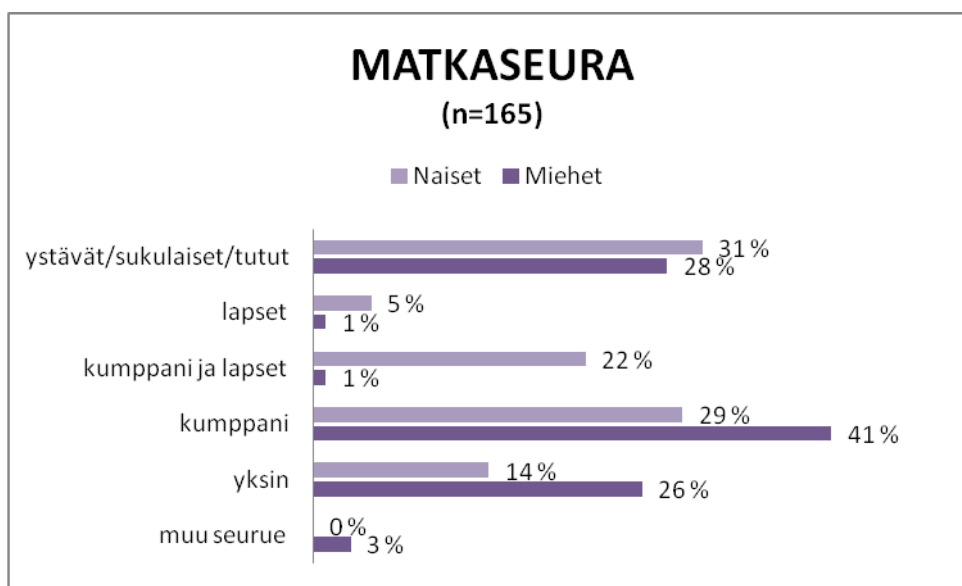
KUVIO 18. Matkustusmotivaatiot ulkomaanmatkailussa

Ulkomaanmatkailun osalta matkustusmotivaatiot jakaantuivat melko laajasti. Rentoutuminen nousi yleisimmäksi matkustusmotivaatioksi 22 %:n osuudella. Toiselle sijalle jäi 20 %:lla virkistys ja kolmanneksi ajanviete, joka sai 17 % vastauksista. (kuvio 18)



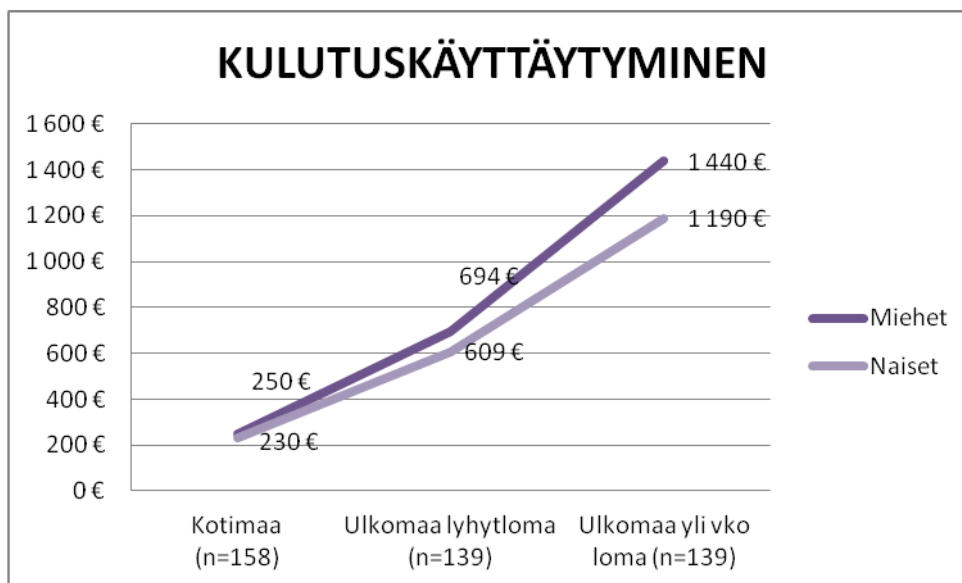
KUVIO 19. Lomakohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä

Lomakohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä merkittävimmäksi nousi 15 %:n osuudella paikallinen kulttuuri. Toiseksi merkittävimmäksi tekijäksi listattiin ilmasto/sää (13 %) ja kolmanneksi sijoittui 10 %:n osuudella nähtävyydet. (kuvio 19) Sukupuolten välisiä eroja oli jonkin verran havaittavissa. Naisten kohdalla matkan hinta oli merkittävämpi, kuin miesten ja vastaavasti miehille suurkaupunkielämä oli naisia merkittävämpi tekijä.



KUVIO 20. Matkaseura sukupuolten mukaan

Matkaseurueen suhteen vastaukset jakaantuivat kaikkien vaihtoehtojen kesken. Miehet matkustivat useinmiten kumppanin kanssa (41 %:a miesten vastauksista) ja naisten kohdalla matkaseura koostui yleisimmin ystävistä, sukulaisista ja/tai tutuista (31 %:a naisten vastauksista). Naisten kohdalla toiseksi yleisimmäksi vastaukseksi sijoittui 29 %:n osuudella kumppani ja kolmanneksi 22 % osuudella kumppani ja lapset. Miesten kohdalla kumppanin jälkeen toiseksi yleisimmin matkustettiin ystävien, sukulaisten ja/tai tuttujen seurassa (28 %) ja kolmenniksi yleisintä oli matkustaa yksin, jonka ilmoitti 26 %:a vastaajista. (kuvio 20)



KUVIO 21. Keskiarvo vastaajien kuluttamasta rahasummasta kolmen erityyppisen matkan aikana sukupuolen mukaan

Vastaajien kuluttama rahasumma kokonaisuudessaan yhden kotimaan matkan aikana vaihteli 0–2000 € välillä. Miesten käyttämän rahasumman keskiarvo oli 250 € ja naisten 230 €, joten suurta eroa ei ollut.

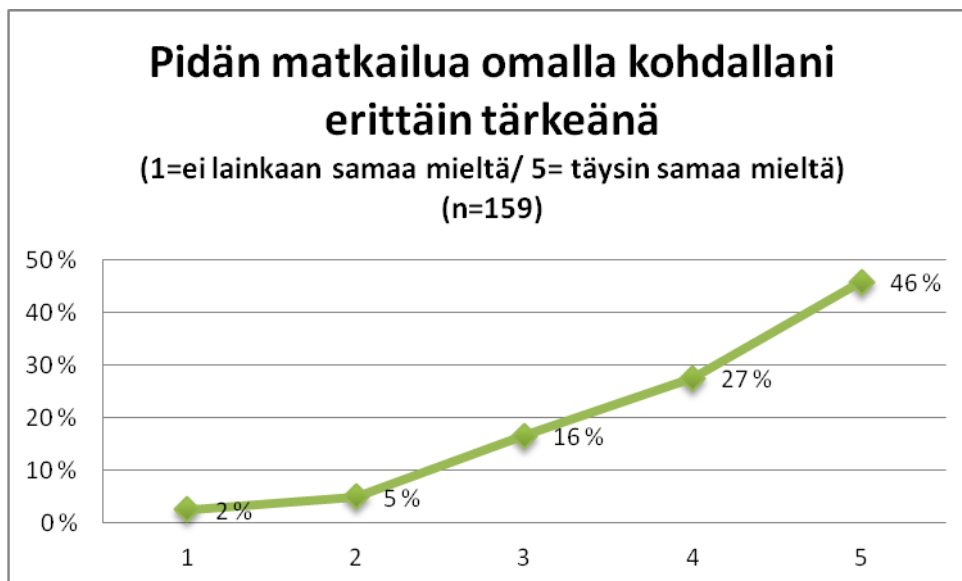
Yhden ulkomaan lyhytloman aikana kokonaiskulutus oli 100–4000 € välillä. Miesten käyttämän rahasumman keskiarvo oli 694 € ja naisten 609 €, joten keskiarvossa eroa oli vähän alle 100 €.

Noin viikon kestäväällä tai pidemmällä ulkomaanmatkalla vastaajien kokonaiskulutus vaihteli jopa 70–6000 € välillä. Keskiarvo miesten käyttämän rahasumman kohdalla oli 1440 € ja vastaavasti naisilla 1190 €. Joten mitä suuremmaksi kokonaiskulutus kasvoi, sitä suurempi ero oli havaittavissa myös sukupuolten välillä. (kuvio 21)

6.7 Gay-matkailijan stereotypiat

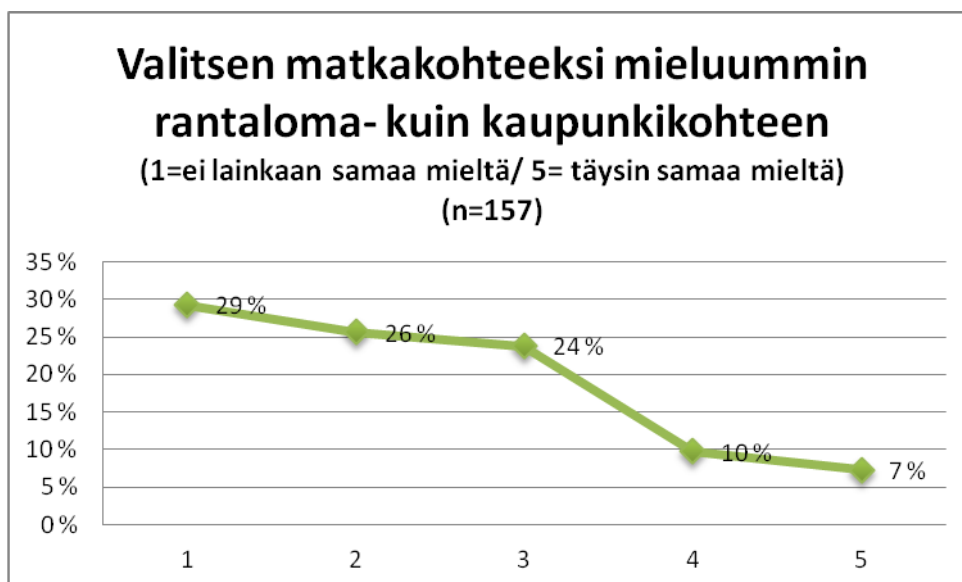
Kyselyn loppupuolella pyrittiin selvittämään gay-matkailijoihin liitettyjen stereotyyppien paikkansapitävyyttä. Tätä selvitettiin esittämällä vastaajille erilaisia väittämiä, joiden paikkansa pitävyyttä omalla kohdallaan heidän tuli arvioida. Väittämiä oli yhteensä 13 ja esittelen seuraavaksi niistä keskeisimmät tulokset. Jotta kysymykset eivät olisi liian johdattelevia, päätettiin joidenkin

väittämien kohdalla käyttää käänteistä kysymyksenasettelua, eli stereotyyppinen oletus on juuri päinvastainen kuin itse lomakkeessa esitetty väite.



KUVIO 22. Pidän matkailua omalla kohdallani erittäin tärkeänä

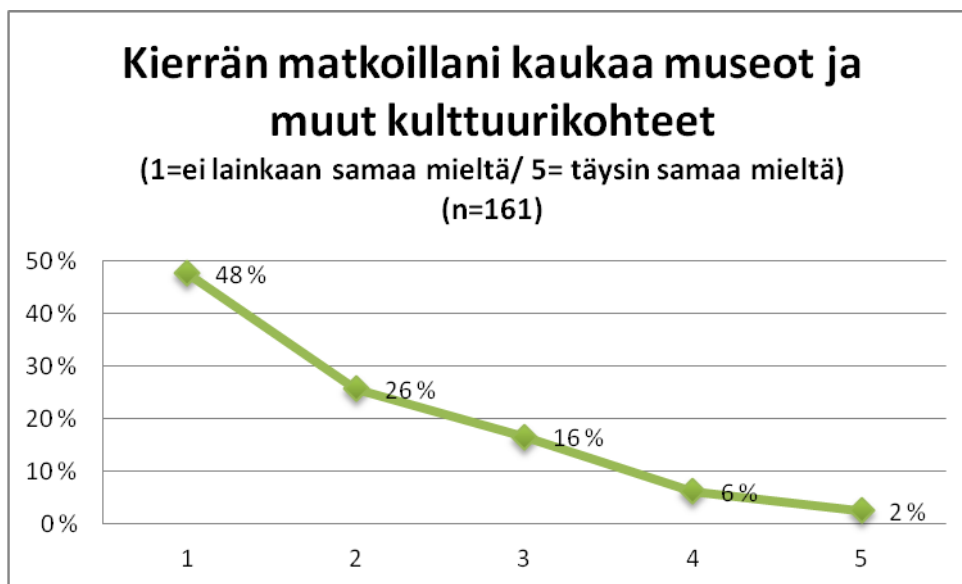
Stereotyyppisen oletuksen mukaan matkailu on homojen ja lesbojen keskuudessa erittäin tärkeää ja tulokset osoittavat, että lähes puolet vastaajista eli 46 % oli täysin samaa mieltä ja piti matkustamista erittäin tärkeänä. (kuvio 22)



KUVIO 23. Valitsen matkakohteeksi mieluummin rantaloma- kuin kaupunkikohteen

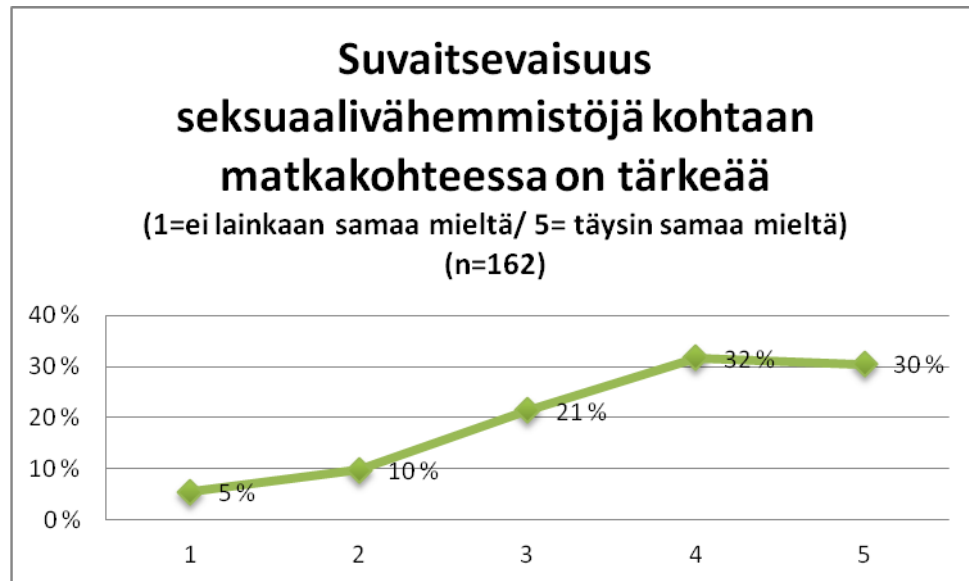
Gay-matkailijoiden katsotaan usein suosivan kaupunkilomia rantalomien sijaan. Tässä yhteydessä väittämä esitettiin käänteisessä muodossa eli valitsen

matkakohteeksi mieluummin rantaloma- kuin kaupunkikohteen. Tulokset osoittavat, että myös tämän tutkimuksen keskuudessa kaupunkikohteet nousivat suosituimmaksi matkakohteeksi kuin rantalomakohteet, sillä vastaajat eivät olleet samaa mieltä tämän kohdan väittämän kanssa. (kuvio 23)



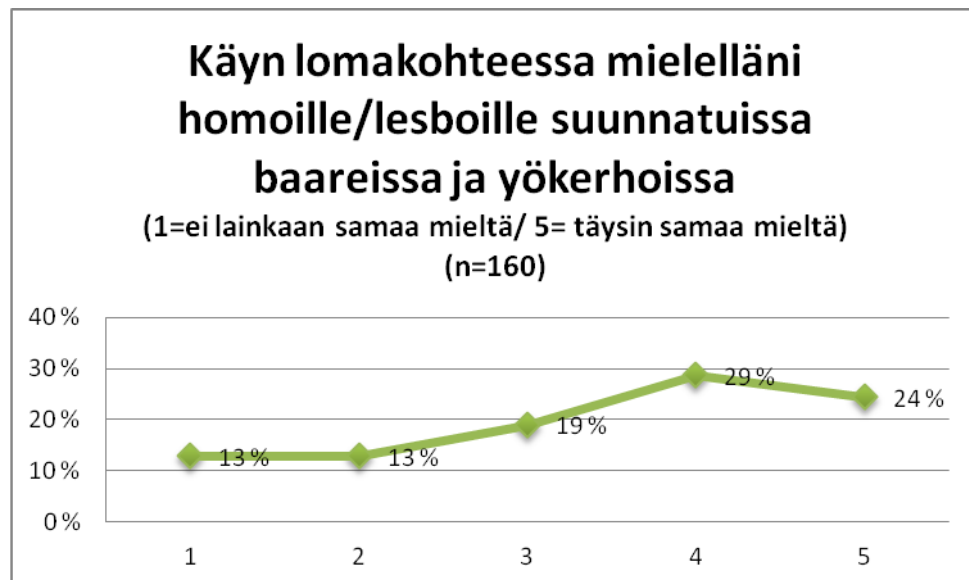
KUVIO 24. Kierrän matkoillani kaukaa museot ja muut kulttuurikohteet

Gay-matkailijoita kuvataan usein kulttuurinnälkäisinä matkailijoina. Tämäkin väittämä esitettiin käänteisessä muodossa eli kierrän matkoillani kaukaa museot ja muut kulttuurikohteet. Vastaajista enemmistö eli 48 % oli eri mieltä, joka tarkoittaa, että kulttuurikohteet ovat suosittuja kohteita heidän keskuudessaan. (kuvio 24)



KUVIO 25. Suvaitsevaisuus seksuaalivähemmistöjä kohtaan matkakohteessa on tärkeää

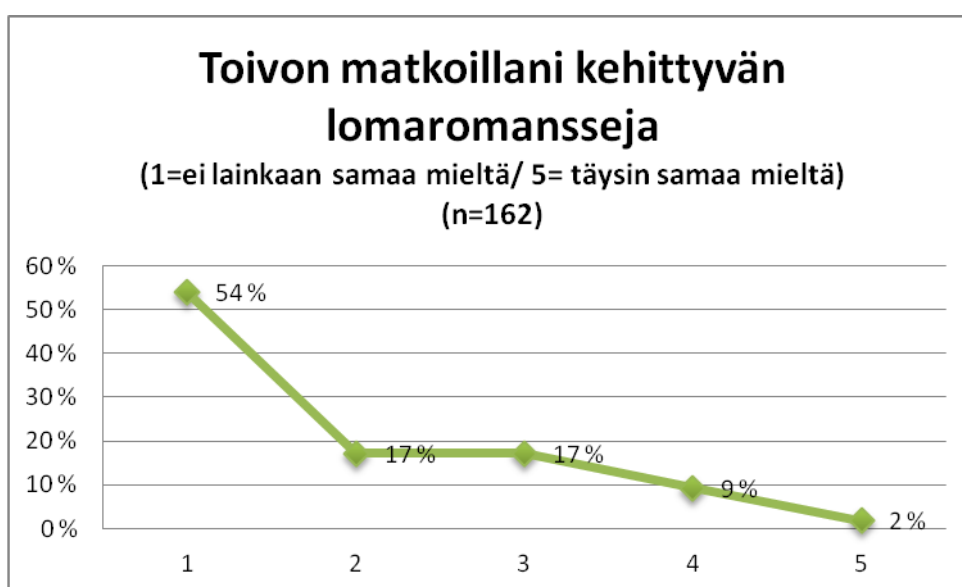
Arvioitavana väitteenä esitettiin, että suvaitsevaisuus seksuaalivähemmistöjä kohtaan matkakohteessa on tärkeää ja vastaajista 32 % oli enimmäkseen samaa mieltä ja toiseksi eniten vastauksia sai kohta täysin samaa mieltä (30 %). Ymmärrettävästi halu kokea itsensä hyväksytyksi ja olonsa turvalliseksi on tärkeää myös matkoilla. (kuvio 25)



KUVIO 26. Käyn lomakohteessa mielelläni homoille/lesboille suunnatuissa baareissa ja yökerhoissa

Niin kutsutut homotilat (gay space), koostuvat pääosin juuri baareista ja yökerhoista. Näissä homot ja lesbot voivat olla peittelemättä seksuaalista suuntautumistaan ja tavata samalla muita samanhenkisiä ihmisiä. Tulokset (kuvio 26) osoittavat, että homoille/lesboille suunnatut baarit lomakohteissa ovat suosittuja myös tämän kyselyn vastaajien keskuudessa.

Melko moni tähän kyselyyn osallistuneista kertoi gay-matkailun käsitteenä tuovan heille mieleen lähinnä homomiesten seksiturismin, mikä on aika yllättävää, sillä vastaajien keskuudessa lomaromanssit eivät kuitenkaan näyttäneet kiinnostavan.



KUVIO 27. Toivon matkoillani kehittyvän lomaromansseja

Vain 2 % vastaajista oli täysin samaa mieltä tämän väittämän kanssa, kun taas yli puolet eli 54 % vastaajista ei ollut lainkaan samaa mieltä. Tulokseen toki vaikuttaa se, että 53 %:a vastaajista ilmoitti elävänsä parisuhteessa. Lomaromanssit eivät ole kuitenkaan saanut loppujenkaan vastaajien kohdalla suurta kannatusta. (kuvio 27)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimustuloksista yhteenvetona voimme todeta, että suomalaisten gay-matkailijoiden ryhmä on hyvin moninainen. Matkailijaryhmä koostuu laajasti eri-ikäisistä miehistä ja naisista, sinkuista ja parisuhteessa elävistä sekä työntekijöistä ja opiskelijoista. Yhtenäistä matkailijaryhmän keskuudessa on kuitenkin korkea koulutustaso ja se, että lapsia asuu vain hyvin harvoin samassa taloudessa.

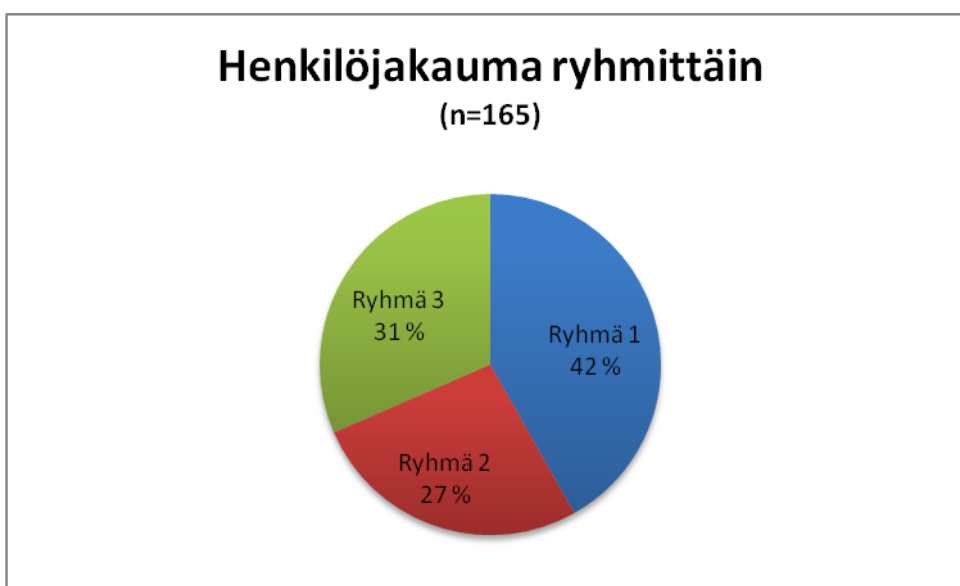
Tutkimustuloksia avatessa olen nostanut esiin myös miesten ja naisten välisiä eroja, joista voimmekin huomata matkailun nousevan miesten kohdalla merkittävämpään asemaan. Miehet tekivät enemmän ulkomaanmatkoja kuin naiset ja he ilmoittivat matkailun myös yhdeksi harrastuksistaan naisia useammin. Lomakohteen valintaan naisilla vaikutti matkan hinta selvästi miehiä enemmän, mikä onkin ymmärrettävää, sillä naisten ilmoittamat vuositulot olivat miehiä pienemmät. Myös matkoilla käytettävissä rahasummissa oli havaittavissa sama ero – miehet kuluttivat naisia enemmän. Oletus gay-matkailijoista tuottoisana matkailijaryhmänä pitääkin tulosten mukaan paikkansa lähinnä miespuolisten homojen kohdalla.

Tutkimustulokset paljastavat kuitenkin, että suomalaisten gay-matkailijoiden matkailuun käytettävät rahasummat valuvat lähes kokonaan ulkomaille, sillä kotimaanmatkailua he toteuttavat enimmäkseen omalla autolla ja majoituspaikkakin järjestyy useinmiten ystävien, sukulaisten tai tuttavien luota, joten hyöty Suomen matkailubisnekselle jää vaatimattomaksi. Ulkomailta suosituiksi matkakohteiksi osoittautuivat lähinnä Euroopan suurkaupungit, joissa ilmapiiri on suvaitsevainen ja tarjontaa riittää niin kulttuurikohteiden kuin yöelämänkin saralla.

Tutkimukseni päätavoitteena oli selvittää millaisia matkailijoita suomalaiset homot ja lesbot ovat sekä muodostaa tulosten pohjalta matkailijaprofiileja suomalaisesta gay-matkailijasta. Vastaajien ryhmittelyssä käytin menetelmänä klusterianalyysiä, eli vastaajat ryhmiteltiin tiettyjen muuttujien perusteella yhteneväisiin ryhmiin. Tässä tapauksessa klustereiden muodostamisessa muuttujina käytettiin kyselylomakkeen (Liite 1.) kysymystä numero 31, jossa vastaajilta kysyttiin mitkä tekijät vaikuttavat eniten lomakohteen valintaan.

7.1 Matkailijaprofiilit

Klusterianalyysin avulla vastaajat saatiin jaettua kolmeen klusteriin eli ryhmään. Ensimmäisen ryhmän muodostavat matkailijat, joilla vastausvaihtoehdoista korostui yöelämä ja vilkas homokulttuuri. Toinen ryhmä koostuu matkailijoista, joille tärkeää lomakohteen valinnassa olivat mm. nähtävyydet ja taide. Kolmatta ryhmää edustavat matkailijat, joilla korostuivat paikallinen kulttuuri ja ruoka. Ristiintaulukoinnin kautta vertasin näiden kolmen ryhmän vastauksia ja hain niiden keskinäisiä eroja, joita tuon esiin näiden kolmen ryhmän kuvauksissa.



KUVIO 28. Vastaajien prosentuaaliset määrät eri ryhmissä

Vastaajat jakautuivat hyvin tasaisesti näiden kolmen ryhmän kesken, siten että eniten eli 42 %:a sijoittui ryhmään yksi ja toiseksi suurin oli ryhmä kolme 31 %:lla ja loput 27 % sijoittui ryhmään kaksi.

7.1.1 Ryhmä 1: Ulos kaapista edes loman ajaksi

Tyypillinen ryhmän yksi gay-matkailija on 30–39 -vuotias. Siviilisäädyltään hän voi olla joko naimaton tai parisuhteessa oleva. Hän on suorittanut alemman korkeakoulututkinnon ja on päätoimiselta asemaltaan työntekijä. Hän omistaa auton ja siten tekee yleensä omalla autollaan useampia kotimaanmatkoja vuoden aikana. Ulkomaille hän matkustaa keskimäärin noin kaksi kertaa vuodessa. Matkaseura koostuu yleisimmin joko kumppanista tai sitten ystäväistä, sukulaista

sekä muista tutuista. Lomakohteen valintakriteereiden osalta hän eroaa muista ryhmistä siinä, että yöelämä ja vilkas homokulttuuri korostuvat. Näiden lisäksi merkittäviksi tekijöiksi nousevat myös suurkaupunkielämä ja turvallisuus. Tärkeäksi matkustamisessa koettiin arvostuksen saaminen ja statuksen kohottaminen sekä etenkin itsensä toteuttaminen vapaasti.

7.1.2 Ryhmä 2: Kulttuurikohteet kuin toinen koti

Ryhmän kaksi gay-matkailija on tyypillisesti 40–49 -vuotias. Hän voi myös olla siviilisäädyltään yhtä hyvin naimaton tai parisuhteessa elävä. Koulutukseltaan hän on suorittanut ylemmän korkeakoulututkinnon ja työskentelee päätoimisesti. Kotimaassa hän matkustaa keskimäärin kerran kuukaudessa ja pääosin julkisilla liikennevälineillä. Ulkomaanmatkoja hän tekee keskimäärin kolmesti vuodessa ja matkalle lähdetään yleensä mahdollisen kumppanin kanssa tai sitten ystävien, sukulaisten ja tuttujen kanssa. Lomakohteen valintakriteerien osalta tämä ryhmä erottuu muista selkeästi. Ryhmän kaksi gay-matkailija on erittäin kiinnostunut kulttuurista ja siksi lomakohteen valintaan vaikuttavatkin nähtävyydet, historia, taide. Matkustamisessa hän arvostaa etenkin uusiin kohteisiin tutustumista ja uusien asioiden oppimista sekä uusiin ihmisiin tutustumista. Uutuudenviehätys ja toisaalta myös ikä näkyikin tuloksissa muun muassa siinä, että hän on matkustellut muita ryhmiä laajemmin useissa eri maanosissa.

7.1.3 Ryhmä 3: Laatuaikaa kumppanin kanssa

Kolmannen ryhmän tyypillinen gay-matkailija on iältään 20–29 -vuotias parisuhteessa elävä alempaa korkeakoulututkintoa suorittava päätoiminen opiskelija. Kotimaanmatkoja hän tekee noin kerran kuukaudessa ja ulkomaanmatkoja keskimäärin kaksi vuodessa. Matkaseurana on selkeästi yleisimmin oma kumppani. Lomakohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä merkittävimmiksi nousivat paikallinen kulttuuri ja ruoka. Muita vaikuttavia tekijöitä olivat hintataso kohteessa sekä ostosmahdollisuudet. Tärkeäksi matkustamisessa koettiin yhdessäolo läheisten kanssa, itsensä haastaminen ja matkasta hyötyminen kuten kielitaidon paraneminen. Taloudellisia arvoja ja hyödyn tavoittelua voi perustella osiltaan myös iällä. Tämä ryhmä koostui

enimmäkseen nuorista opiskelijoista, joten rahaa matkailuun ei välttämättä ole käytettävissä niin paljon tai ainakin rahoilleen halutaan vastineena jotain hyödyllistä.

7.2 Matkailijaprofiilit eri teorioiden valossa

Esittelin jo aiemmin teoriaosuudessa eri tutkijoiden teorioita matkailijoiden luokittelusta. Seuraavaksi tarkastelen kolmea muodostamaani matkailijaprofiilia tutkijoiden, kuten Plogin, McIntoshin ja Goeldnerin, sekä Cromptonin teorioiden kautta.

Mikään kolmesta ryhmästä ei mielestäni täysin edusta Plogin (1974) teorian kumpaakaan ääripäätä eli rohkeaa allosentrikkoa tai varauksellista psykosentrikkoa. Katsoisin kuitenkin ryhmän yksi, jossa turvallisuus nousee eniten esiin edustavan Plogin luokittelussa ”lähes psykosentrikkoa”. Tätä voidaan perustella myös siten, että ryhmään yksi kuuluivat kaikki sellaiset vastaajat, jotka eivät olleet tehneet yhtäkään ulkomaanmatkaa. Ryhmän kaksi katsoisin taas edustavan Plogin luokittelussa ”lähes allosentrikkoa”, sillä kyseisellä ryhmällä uutuudenviehätys nousi selkeästi muita ryhmiä korkeammaksi. Ryhmä kolme sijoittuu mielestäni näiden kahden muun väliin edustaen siten midssentrikkoa.

McIntoshin ja Goeldnerin (1988) teoriassa matkailun motivaatiotekijät on jaettu neljään osaan, jotka muodostamieni matkailijaryhmien kesken jakaantuvat mielestäni siten, että ryhmällä yksi painottuvat status- ja arvostustekijät sekä fyysiset tekijät, jotka ovat lähinnä huvitteluun liittyviä. Ryhmään kaksi liittyy selkeästi kulttuuritekijät, eli kiinnostus esimerkiksi taiteita kohtaan sekä ihmisten väliset tekijät, tässä tapauksessa lähinnä uusiin ihmisiin tutustumisen suhteen. Ryhmällä kolme painottuvat myös ihmisten väliset tekijät, mutta tällä kertaa jo entuudestaan läheisten ihmisten kanssa. Ryhmällä kolme on myös jonkin verran havaittavissa status- ja arvostustekijöitä, sillä matkalta halutaan oppia uutta ja kehittää itseään esimerkiksi kielitaidon suhteen.

Cromptonin (1979) luokituksessa matkustusmotiivit jaetaan seitsemään luokkaan. Kyseisistä matkustusmotiiveista kaikilla muodostamillani ryhmillä korostuivat pako arjesta sekä rentoutuminen. Siten gay-matkailijat kokonaisuudessaan

edustaisivat Croptonin luokituksessa vaihtelun ja elämysten etsijöitä sekä huvimatkailijoita. Muodostamieni ryhmien välillä oli kuitenkin havaittavissa myös keskinäisiä eroja. Ryhmä yksi koki tärkeänä käyttäytymissäännöistä irtautumisen, mutta toisaalta myös arvostuksen saamisen, jonka mukaan kyseiset matkailijat olisivat ikään kuin raikulireissaajia ja statusmatkailijoita. Ryhmälle kaksi katsoisin kuuluvan sosiaalinen kanssakäyminen, sillä he olivat kiinnostuneita uusien ihmisten tapaamisesta ja uusien asioiden kokemisesta, siten he edustaisivat seuramatkailijoita ja muita kontaktihaluisia matkailijoita. Ryhmälle kolme taas mielestäni kuuluu perhesiteiden tiivistäminen, ja siten he edustavat Cromptonin luokittelussa sukulaisvierailijoita. Termi sukulaisvierailija ei ole tässä yhteydessä kuitenkaan paras mahdollinen kuvaamaan muodostamaani kolmatta ryhmää, sillä kyseisen ryhmän perhesuhteilla viitattiin lähinnä pelkästään kumppaniin eikä sukulaisiin.

8 LOPPUSANAT

Opinnäytetyöprojektini alkoi jo alkuvuodesta 2012, jolloin aloin tehdä opinnäytetyösuunnitelmaa. Olin kuitenkin jo pitkään tiennyt, että haluan tehdä opinnäytetyöni koskien jollain tavalla seksuaalivähemmistöjen matkailua. Toimeksiantajan tämän aihealueen työlle löysin helposti, ja toimeksiantajani oli myös kovin innostunut suunnitelmastani. Heti ensimmäisen toimeksiantajan kanssa sovitun tapaamisen yhteydessä ilmeni, ettei suomalaisten seksuaalivähemmistöjen matkailusta ole olemassa juurikaan kerättyä tietoa ja niinpä aiheeni alkoi hahmottua lopulliseen muotoonsa eli suomalaisen gay-matkailijan profilointiin.

Kesän aikana keräsin ja tutustuin alan kirjallisuuteen, jonka jälkeen elokuussa aloitin teoriaosuuden kirjoittamisen. Myös kyselylomake alkoi rakentua jo osittain teoriaa kirjoittaessa ja lopulta marraskuun alussa pääsin suorittamaan testikyselyn. Varsinainen aineiston keruu tapahtui marras-joulukuun vaihteessa ja tulosten purkaminen sekä analysoinnin toteutin alkuvuodesta 2013. Alkuperäisen aikataulun mukaan tutkimukseni olisi kuulunut valmistua jo joulukuussa 2012. Lokakuussa työtilanteeni muuttui kuitenkin merkittävästi, joten päätin suosiolla venyttää aikatauluani puolella vuodella eteenpäin saatuaani asialle myös toimeksiantajan ja ohjaavan opettajan hyväksynnän. Tämän uuden aikataulun mukaan etenin johdonmukaisesti siinä pysyen loppuun saakka.

Tutkimukseni toteutus sujui hyvin, mutta tutkimus ei päässyt pureutumaan oikein pintaa syvemmälle. Tulosten analysoinnissa valitettavan usein huomasin, että kysymyslomaketta tehdessä olisi pitänyt miettiä kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja vielä tarkemmin, jolloin tuloksista olisi saanut enemmän irti. Teoriaosuudessa olin selvittänyt hyvin yksityiskohtaisesti niin seksuaalisuutta, matkailua, kuin matkailijoiden luokitteluakin, mutta tulosten analysoinnissa en pystynyt tätä niin laajasti hyödyntämään kuin olin odottanut.

Tyytyväinen olen kuitenkin siihen, että onnistuin kovan työn tuloksena saamaan näinkin laajan otannan suomalaisista homoseksuaaleista. Tutkimustulosten avaamisessa onnistuin myös mielestäni hyvin, joka on niiden kymmenien Excel- taulukkolaskentaohjelman parissa vietettyjen tuntien ansiota. Itselleni suurin

ylpeyden aihe on kuitenkin se, että pystyin toteuttamaan klusterianalyysin, jonka kautta sain ryhmiteltyä vastaajia useamman muuttujan keskinäisten erojen perusteella kolmeen ryhmään. Jouduin näkemään paljon vaivaa tämän SPSS tilasto-ohjelman opettelussa ja itse klusterianalyysin toteuttamisessa, mutta mielestäni se oli tutkimuksen lopputuloksen kannalta erittäin merkittävää.

Opinnäytetyön tekeminen näin henkilökohtaisesta asiasta on ollut valtava prosessi myös henkisen kasvun kannalta. Tämän opinnäytetyöprosessin aikana olen useita kertoja törmännyt tilanteisiin, joissa vieraammakin ihmiset kysyvät opinnäytetyöni aiheita ja kaikissa tilanteissa sitä ei ole ollut niin helppo paljastaa, koska samalla olen kokenut avaavani täysin myös itseni.

Mikäli aihealue kiinnostaa, niin kehottaisin kuitenkin rohkeasti sitä tutkimaan. Itse koin tutkimuksen mielenkiintoiseksi ja olisi ollut mielenkiintoista tutkia ainetta lisääkin. Jatkotutkimukseksi tarjoaisinkin tästä aihealueesta verrokkitutkimusta, jossa gay-matkailijoita verrataan heteroseksuaaleihin matkailijoihin. Tällöin tulokset antaisivat paremmin hyödynnettävää tietoa ja matkailualan yrityksetkin olisivat varmasti kiinnostuneita saamaan selvyyttä siitä, ovatko gay-matkailijat todella tuottoisampi matkailijaryhmä kuin heteroseksuaalit matkailijat. Toinen vaihtoehto olisi toteuttaa aihealueesta laadullinen tutkimus, jolloin päästäisiin pureutumaan syvemmälle gay-matkailun käsitteeseen. Valmiiden vastausvaihtoehtojen sijaan voitaisiin haastatteleamalla selvittää yksityiskohtaisemmin matkailutottumuksia ja -motivaatioita.

Lopuksi haluan kiittää kaikkia tutkimukseeni tavalla tai toisella vaikuttaneita henkilöitä. Erityiset kiitokset kuuluvat opinnäytetyöni ohjaavalle opettajalle Taru Parikalle sekä toimeksiantajan edustajalle Ilkka Veiströmille. Toimeksiantajan lisäksi kiitokset kuuluvat myös kaikille muille kyselylomakkeeni levittämiseen osallistuneille tahoille, kuten Setan jäsenjärjestöille, Sateenkaariperheille, Mummolaaksolle, Suomen Karhuille sekä Normihomolehdelle. Kiitokset myös Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston Hanna Muoniovaaralle sekä Tradea:n Tuija Helmiselle vastaamisesta tiedusteluihini gay-matkailijan stereotypioista. Viimeisenä haluan kiittää sitä tärkeintä, eli kumppaniani Jukka Hagelbergiä, joka on ollut tukenani ja kannustanut läpi koko tämän prosessin.

PAINETUT LÄHTEET

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Aldrich, R. 2006. Homojen ja lesbojen historia. Teoksessa Aldrich (toim.) Rakkaus samaan sukupuoleen. Homoseksuaalisuuden historia. Helsinki: Multikustannus Oy.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hekma, G. 2006. Homojen maailma vuodesta 1980 nykypäivään. Teoksessa Aldrich (toim.) Rakkaus samaan sukupuoleen. Homoseksuaalisuuden historia. Helsinki: Multikustannus Oy.

Hemmi, J. 1993. Matkailumarkkinoinnin segmentointi. Teoksessa Aho (toim.) Soveltavan matkailututkimuksen metodisia kysymyksiä. Oulu: Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.

Hemmi, J. & Vuoristo, K-V. 1993. Matkailu. Porvoo: WSOY.

Hemming, M. 2012. Onko tuotteesi gay griendly? Matkailusilmä MEKin asiakaslehti 1/2012, 10–11.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos Hämeenlinna: Tammi

Holopainen, M & Pulkkinen, P. 2002. Tilastolliset menetelmät. Porvoo: WSOY.

Hughes, H. 2006a. Pink Tourism. Holidays of gay men and lesbians.UK, Oxfordshire: CABI.

Hughes, H. 2006b. Gay and Lesbian Festivals: Tourism in the Change from Politics to Party. Teoksessa Picard and Robinson (toim.) Festivals, Tourism and Social Change. Remaking Worlds. England, Clevedon: Channel View Publications.

Härkönen, R. 2009. Sateenkaariraha näkyy Suomen matkailussa. Matkalehti 4/2009, 57.

Juvonen, T. 2002. Varjoelämää ja julkisia salaisuuksia. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Lehto, J & Kovero, C. 2010. Homoseksuaalisuus tieteen näkökulmasta ja miesten kertomana. Helsinki: Osuuskunta Lilit.

Leinonen, E-K. & Leinonen, H. 2007. Transvestisuus. Teoksessa Mustola & Pakkanen (toim.) Sateenkaari-Suomi Seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen historiaa. Keuruu: Like.

Lieng, K. 2008. Tobias Holfelt sätter de homosexuella på kartan. NyTid 6.11.2008

Pesonen, I., Siltanen, T. & Hokkanen, T. 2006. Menestyvä matkailuyritys. 3. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

QLife Traveller's Guide. 2011. The official gay guide Finland.

Rupp, J. 2006. Rakastavat naiset nykymaailmassa. Teoksessa Aldrich (toim.) Rakkaus samaan sukupuoleen. Homoseksuaalisuuden historia. Helsinki: Multikustannus Oy.

Suhonen, M. 2007. Transsukupuolisuuden näkymätön historia. Teoksessa Mustola & Pakkanen (toim.) Sateenkaari-Suomi Seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen historiaa. Keuruu: Like.

Verhelä, P. 2000. Liikematkailu. Helsinki: Oy Edita Ab.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Vilka, H. 2010. Sukupuolen ja seksuaalisuuden kohtaaminen. Juva: WS Bookwell Oy.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. 3. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. 1. painos. Porvoo: WS BookwellOy.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen N. 2009. Lumen ja suven maa. 3. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

Vähäsarja, I. 2009. Homomatkailijat eivät mahdu yhteen ja samaan muottiin. Helsingin Sanomat 18.12.2009.

SÄHKÖISET LÄHTEET

Aspholm-Heimonen, P. 2012. Miksi venäläiset matkustavat Pohjois-Suomeen? Haastattelututkimus Sallan kansainvälisellä rajanylityspaikalla kesällä 2011.

Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Matkailun

liiketoimintapainotteinen maisteriohjelman Pro gradu -työ [viitattu 27.9.2012].

Saatavissa:

http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/76663/Miksi_venäläiset_matkustavat_Pohjois-Suomeen%5b1%5d.pdf?sequence=1.

Baloglu, S. & Uysal, M. 1996. Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach [viitattu: 22.5.2013]. Saatavissa:

<http://search.proquest.com/docview/228329910?accountid=11365>.

Boksberger, P. & Laesser, C. 2008. Segmentation of the senior travel market by the means of travel motivations [viitattu: 25.2.2013]. Saatavissa:

<http://jvm.sagepub.com/content/15/4/311>.

Canadian Gay & Lesbian Chamber of Commerce. 2007. Canadian Gay Travel Market \$9.4 Billion Annually [viitattu 10.9.2012]. Saatavissa:

<http://iglta.pinkieb.com/travelstats/canadianstudy.pdf>.

Ihmisoikeudet.net. 2012. Seksuaalivähemmistöt ja sukupuolen moninaisuus [viitattu 10.9.2012]. Saatavissa:

<http://www.ihmisoikeudet.net/index.php?page=seksuaalivahemmistot-ja-sukupuolen-moninaisuus>.

Jokinen, P. 2013. Ääni muuttui kellossa: Heteropari vaihdettiin yllättäen

Tjäreborgin Suomi-mainoksesta. Ilta-Sanomat [viitattu 11.4.2013]. Saatavissa:

<http://www.iltasanomat.fi/matkat/art-1288549594156.html>.

Jyväskylän yliopisto. 2012. Määrällinen tutkimus [viitattu 11.3.2013]. Saatavissa:

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>.

Seksuaalinen tasavertaisuus ry, Seta. 2012. Lhbt-sanasto [viitattu 20.8.2012].

Saatavissa: <http://www.seta.fi/index.php?k=17509>.

Southall, C. 2009. Gay and Lesbian Tourism. Tourism insights [viitattu 17.9.2012]. Saatavissa: <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Gay%20and%20Lesbian%20Tourism>.

Tilastokeskus. 2012. Käsitteet ja määritelmät [viitattu 22.8.2012]. Saatavissa: <http://www.stat.fi/til/matk/kas.html>.

Terve Media Oy. 2006. Tohtori.fi. Sukupuolisuus [viitattu 29.8.2012]. Saatavissa: <http://www.tohtori.fi/?page=4758384&id=2423178>.

Transtukipiste. 2012a. Sukupuolia ja sanoja [viitattu 29.8.2012]. Saatavissa: <http://www.transtukipiste.fi/index.php?k=17270>.

Transtukipiste. 2012b. Sanasto [viitattu 22.8.2012]. Saatavissa: <http://www.transtukipiste.fi/index.php?k=17271>.

Vettanen, L. 2011. Ilmiöitä: Gay-matkailu on Suomessa lapsenkengissä. YLE uutiset [viitattu 16.8.2012]. Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/gay-matkailu_on_suomessa_lapsenkengissa/5315385.

Väestöliitto. 2010. Seksuaalinen suuntautuminen [viitattu 4.9.2012]. Saatavissa: http://www.vaestoliitto.fi/seksuaalisuus/tietoa-seksuaalisuudesta/naiset/seksuaalisuuden_suloja_ja_seksin/seksuaalinen-suuntautuminen/.

LIITTEET

LIITE 1:Kyselylomake

GAY-MATKAILIJAN MUOTOKUVA

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn gay-matkailusta!

Tämä tutkimus toteutetaan Lahden ammattikorkeakoulun restonomin tutkinnon opinnäytetyönä, jonka toimeksiantajana toimii QLife -matkailupalvelu. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää millaisia matkailijoita ovat suomalaiset homot ja lesbot sekä tutkia onko kyseinen kohderyhmä matkailutottumuksiltaan kuitenkin niin yhtenäinen kuin stereotyyppisesti oletetaan.

Tutkimustuloksia tullaan käsittelemään luottamuksellisesti ja kokonaisuuksina, joten vastauksia ei voida jälkikäteen yhdistää yksittäisiin henkilöihin.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 15 minuuttia ja kysely on avoinna 09.12.2012 asti.



Suuret kiitokset vastauksestanne!

Tutkija

Jussi Mäki

(Yhteydenotot jussi.maki@lpt.fi tai 0405338419)

1. SUKUPUOLI *

- ☐ nainen
- ☐ mies
- ☐ muu

2. IKÄ *

- ☐ -19
- ☐ 20-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60-

3. SEKSUAALINEN SUUNTAUTUMINEN *

- ☐ heteroseksuaali
 - ☐ homoseksuaali (homo/lesbo)
 - ☐ biseksuaali
 - ☐ muu, mikä?
-

- ☐ en halua/osaa sanoa

4. SIVIILISÄÄTY *

- ☐ naimaton, ei vakituista parisuhdetta
- ☐ vakituksessa parisuhteessa (asun eri taloudessa kumppanini kanssa)
- ☐ avoliitossa (asun samassa taloudessa kumppanini kanssa)
- ☐ rekisteröidyssä parisuhteessa
- ☐ avioliitossa
- ☐ en halua/osaa sanoa

5. RUOKAKUNNAN KOKO

(itsenne mukaan lukien)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 tai enemmän

6. TALOUDESSA ASUVIEN LAPSIEN LUKUMÄÄRÄ

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4 tai enemmän

7. ASUINPAIKKA *

- ☐ pääkaupunkiseutu (Helsinki, Espoo, Vantaa ja Kauniainen)
- ☐ Etelä-Suomen lääni (pois lukien pääkaupunkiseutu)
- ☐ Länsi-Suomen lääni
- ☐ Itä-Suomen lääni
- ☐ Oulun lääni
- ☐ Lapin lääni
- ☐ Ahvenanmaan maakunta
- ☐ Ulkomailla

8. KOULUTUSTAUSTA

(korkein suoritettu tai meneillään oleva tutkinto)

- ☐ peruskoulu
- ☐ ammattikoulu
- ☐ ylioppilastutkinto
- ☐ muu toisen asteen tutkinto
- ☐ alempi korkeakoulututkinto
- ☐ ylempi korkeakoulututkinto

9. PÄÄTOIMINEN ASEMA

(valitkaa vain yksi)

- ☐ opiskelija
- ☐ työtön
- ☐ työntekijä
- ☐ alempi toimihenkilö

- ☐ ylempi toimihenkilö
 - ☐ yrittäjä/johtaja
 - ☐ eläkeläinen
 - ☐ muu, mikä?
-

10. HENKILÖKOHTAISET VUOSITULOT

(brutto)

- ☐ alle 10 000 €
- ☐ 10 000 € - 19 999 €
- ☐ 20 000 € - 29 999 €
- ☐ 30 000 € - 39 999 €
- ☐ 40 000 € - 49 999 €
- ☐ yli 50 000€
- ☐ en osaa/halua sanoa

11. ONKO TALOUDESSANNE AUTOA?

- ☐ ei
- ☐ kyllä, yksi
- ☐ kyllä, kaksi tai enemmän

12. HARRASTUKSET

(mainitse max. 3)

SEURAAVAT KYSYMYKSET KOSKEVAT VAPAA-AJAN
KOTIMAANMATKAILUA SUOMESSA:

(Tässä tarkoitetaan **vähintään 30 km:n päähän** kohdistuvaa matkaa, joka toteutetaan vapaa-
aikana.)

**13. MINKÄLAISTEN ASIOIDEN TAKIA MATKUSTATTE SUOMESSA
VAPAA-AIKANANNE? ***

(valitse max 3.)

- ☐ ystävien/sukulaisten tapaaminen
- ☐ harrastukset
- ☐ ostosten tekeminen (shoppailu)
- ☐ musiikkitapahtumat ja konsertit
- ☐ kulttuurikohteet ja -tapahtumat
- ☐ terveydelliset syyt
- ☐ uskonnolliset syyt
- ☐ ajanviete
- ☐ rentoutuminen
- ☐ virkistys
- muu, mikä?

☐ _____

**14. KUINKA USEIN KESKIMÄÄRIN MATKUSTATTE SUOMESSA
VAPAA-AIKANANNE? ***

- ☐ useammin kuin kerran viikossa
- ☐ noin kerran viikossa

- ☐ useamman kerran kuukaudessa
- ☐ noin kerran kuukaudessa
- ☐ useamman kerran vuodessa
- ☐ noin kerran vuodessa
- ☐ harvemmin kuin kerran vuodessa

15. MISSÄ MAJOITUTTE YLEISIMMIN MATKUSTESSANNE SUOMESSA VAPAA-AIKANANNE? *

- ☐ ystävien/sukulaisten/tuttavien luona
 - ☐ hotellissa
 - ☐ hostellissa/retkeilymajassa
 - ☐ maatilamajoituksessa
 - ☐ leirintäalueella
 - ☐ vapaa-ajan asunnossa (huvila, mökki, kakkosasunto)
 - ☐ muu, mikä?
-

16. MITÄ MATKUSTUSMUOTOA KÄYTÄTTE YLEISIMMIN MATKUSTAESSANNE SUOMESSA VAPAA-AIKANANNE? *

- ☐ oma ajoneuvo/kimppakyyti (henkilöauto, asunto-auto, moottoripyörä jne.)
 - ☐ julkinen liikenne (juna, bussi)
 - ☐ muu maksullinen liikenne (taksi, vuokra-auto, laiva, lentokone)
 - ☐ muu, mikä?
-

**17. MITKÄ OVAT YLEISIMMÄT VAPAA-AJANMATKAKOHTIENNE
SUOMESSA?**

(voitte valita useamman)

- ☐ Helsinki
- ☐ Espoo
- ☐ Tampere
- ☐ Vantaa
- ☐ Turku
- ☐ Oulu
- ☐ Jyväskylä
- ☐ Lahti
- ☐ Kuopio
- ☐ Kouvola
- ☐ Pori
- ☐ Joensuu
- ☐ Lappeenranta
- ☐ Hämeenlinna
- ☐ Rovaniemi
- ☐ Vaasa
- ☐ Seinäjoki
- ☐ Salo
- ☐ Kotka

Muu, mikä?

☐ _____

**18. MILLAINEN OLISI TEILLE MIELUISIN TAPA VIETTÄÄ
LOMAPÄIVÄÄ SUOMESSA?**

19. PALJONKO KESKIMÄÄRIN KULUTATTE RAHAA YHDEN KOTIMAAN VAPAA-AJANMATKAN AIKANA KYMMENEN EURON TARKKUUDELLA?

(sisältäen matkat, ruoka, ostokset, palvelut yms.)

SEURAAVAT KYSYMYKSET KOSKEVAT VAPAA-AIKANA TOTEUTETTUA LAIVAMATKOJA:

20. MONTAKO KERTAA VIIMEISEN 12 KUUKAUDEN AIKANA OLETTE VAPAA-AIKANANNE MATKUSTANUT LAIVALLA?

(valitkaa vain yksi)

- ☐ en ole koskaan matkustanut laivalla
- ☐ en kertaakaan viimeisen 12 kuukauden aikana
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 tai enemmän

21. MINNE MATKUSTITTE LAIVALLA VIIMEKSI?

22. MINKÄLAISTEN ASIOIDEN TAKIA MATKUSTATTE VAPAA-

AIKANANNE LAIVALLA?

(valitse max. 3)

- ☐ ystävien/sukulaisten tapaaminen
 - ☐ harrastukset
 - ☐ ostosten tekeminen (shoppailu)
 - ☐ musiikkitapahtumat ja konsertit
 - ☐ kulttuurikohteet ja -tapahtumat
 - ☐ terveydelliset syyt
 - ☐ uskonnolliset syyt
 - ☐ ajanviete
 - ☐ rentoutuminen
 - ☐ virkistys
 - ☐ muu, mikä?
-

23. MILLAISEN HYTTIN YLEISIMMIN VALITSETTE VAPAA-AJAN LAIVAMATKOILLANNE?

(valitkaa vain yksi)

- ☐ sviitti
- ☐ luksushytti
- ☐ perhehytti
- ☐ A-tason hytti
- ☐ B-tason hytti
- ☐ C-tason hytti tai alempi
- ☐ ei hyttiä ollenkaan
- ☐ en osaa sanoa

24. PALJONKO KESKIMÄÄRIN KULUTATTE RAHAA YHDEN VAPAA-AJAN LAIVAMATKAN AIKANA KYMMENEN EURON TARKKUUDELLA?

(sisältäen matkat, ruoka, ostokset, palvelut yms. koko matkan aikana)

SEURAAVAT KYSYMYKSET KOSKEVAT VAPAA-AJAN
MATKAILUA ULKOMAILLE:

(**Vähintään yhden yön ja enintään vuoden kestävä** matka ulkomaille vapaa-aikana pois
lukien risteilyt.)

25. OLEN AIEMMIN MATKUSTANUT VAPAA-AJALLANI *

(voitte valita useamman)

- ☐ Vain kotimaassa
- ☐ Euroopassa
- ☐ Afrikassa
- ☐ Aasiassa
- ☐ Pohjois-Amerikassa
- ☐ Etelä-Amerikassa
- ☐ Austaraliassa
- ☐ Oseaniassa

**26. MONTAKO VAPAA-AJAN ULKOMAANMATKAA OLETTE
TEHNEET VIIMEISEN 12 KUUKAUDEN AIKANA? ***

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10 tai enemmän

**27. MITKÄ OVAT VIIMEISIMMÄT MATKAKOHDETEENNE
ULKOMAILLA?**

(mainitse max. 3)

28. MIHIN KAUPUNKIIN TAI MATKAKOHTEESEEN HALUAISITTE SEURAAVAKSI MATKUSTAA?

(mainitse max. 3)

29. MINKÄLAISTEN ASIOIDEN TAKIA MATKUSTATTE VAPAA-AIKANANNE ULKOMAILLE?

(valitse max. 3)

- ☐ ystävien/sukulaisten tapaaminen
- ☐ harrastukset
- ☐ ostosten tekeminen (shoppailu)
- ☐ musiikkitapahtumat ja konsertit
- ☐ kulttuurikohteet ja -tapahtumat
- ☐ terveydelliset syyt
- ☐ uskonnolliset syyt
- ☐ ajanviete
- ☐ rentoutuminen
- ☐ virkistys
- ☐ muu, mikä?

30. MISSÄ MAJOITUTTE YLEISIMMIN MATKUSTAESSANNE

ULKOMAILLE VAPAA-AIKANANNE?

(valitkaa vain yksi)

- ☐ ystävien/sukulaisten/tuttavien luona
 - ☐ hotellissa
 - ☐ hostellissa/motellissa
 - ☐ majatalossa (B&B, Gasthaus yms.)
 - ☐ leirintäalueella
 - ☐ vapaa-ajan asunnossa (huvila, mökki, kakkosasunto)
 - ☐ muu, mikä?
-

31. MITKÄ TEKIJÄT VAIKUTTAVAT ENITEN LOMAKOHTEEENNE VALINTAAN?

(valitse max. 3)

- ☐ ilmasto/sää
- ☐ meren/järven läheisyys
- ☐ nähtävyydet
- ☐ paikallinen kulttuuri
- ☐ suurkaupunkielämä
- ☐ ostosmahdollisuudet
- ☐ harrastusmahdollisuudet
- ☐ yöelämä
- ☐ ruoka
- ☐ turvallisuus
- ☐ historia
- ☐ arkkitehtuuri
- ☐ taide
- ☐ vilkas homokulttuuri

- ☐ matkan hinta
- ☐ hintataso kohteessa
- muu, mikä?

☐ _____

32. VARAAN ULKOMAANMATKANI YLEISIMMIN

(valitkaa vain yksi)

- ☐ matkatoimistosta (valmismatka)
- ☐ itse netistä (omatoimimatka)
- ☐ itse muuta kautta (omatoimimatka)
- ☐ muu, mikä?

33. PALJONKO KESKIMÄÄRIN KULUTATTE RAHAA YHDEN ULKOMAAN VAPAA-AJANMATKAN AIKANA KYMMENEN EURON TARKKUUDELLA?

(sisältäen matkat, ruoka, ostokset, palvelut yms.)

lyhytlomalla (max. 4 päivää)

noin viikon tai yli kestäväällä lomalla

(valitkaa vain yksi)

- (1 = Vähäinen, 2 = Jokseenkin vähäinen, 3 = Ei tärkeä eikä vähäinen, 4 = Jokseenkin tärkeä, 5 = Tärkeä, EOS = En osaa sanoa)

1	2	3	4	5	EOS
---	---	---	---	---	-----

Arkielämästä irrottautuminen

○ ○ ○ ○ ○ ○

Lepo ja rentoutuminen

○ ○ ○ ○ ○ ○

Itsensä toteuttaminen vapaasti

○ ○ ○ ○ ○ ○

Mahdollisuus olla itsekseen ja itsetutkiskelu

○ ○ ○ ○ ○ ○

Arvostuksen saaminen ja statuksen kohottaminen

○ ○ ○ ○ ○ ○

Yhdessäolo kumppanin, perheen tai ystävien kanssa

○ ○ ○ ○ ○ ○

Tutustuminen uusiin ihmisiin

Uusiin kohteisiin tutustuminen ja uusien asioiden

oppiminen

Itsensä haastaminen ja omien rajojen kokeilu

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Matkasta hyötyminen, esim. kielitaidon paraneminen

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

36. ARVIO SEURAAVIA VÄITTÄMIÄ ASTEIKOLLA 1-5 *

(1 = Täysin eri mieltä, 2 = Jokseenkin eri mieltä, 3 = Ei samaa eikä eri mieltä, 4 = Jokseenkin samaa mieltä, 5 = Täysin samaa mieltä, EOS = En osaa sanoa)

1 2 3 4 5 EOS

Pidän matkailua omalla kohdallani erittäin tärkeänä

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Valitsen matkakohteeksi mieluummin rantaloma- kuin kaupunkikohteen

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Suvaitsevaisuus seksuaalivähemmistöjä kohtaan matkakohteessa on tärkeää

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Kierrän matkoillani kaukaa museot ja muut kulttuurikohteet

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Edullinen hinta on tärkeintä matkailupalveluita valitessani

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Valitsen mieluummin homoystävällisen (gayfriendly) hotellin tai palvelun

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Toivon tapaavani/tutustuvani matkakohteessa muihin seksuaalivähemmistöön kuuluviin

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Käyn lomakohteessa mielelläni homoille/lesboille

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

suunnatuissa baareissa ja yökerhoissa

Toivon matkoillani kehittyvän lomaromansseja ○○○○○○ ○

Voisin matkustaa ulkomaille siellä järjestettävän Pride-
tapahtuman tai vastaavan takia ○○○○○○ ○

Mikäli taloudellisesti olisi tiukkaa, matkailu olisi
ensimmäisiä säästökohteitani ○○○○○○ ○

Pystyn matkustamaan matalasesongin aikaan, eli
perinteisten lomakausien ulkopuolella ○○○○○○ ○

Koetteko seksuaalisen suuntautumisen vaikuttavan
jotenkin matkailutottumuksiinne ○○○○○○ ○

**37. MILLAISIA AJATUKSIA TEILLE HERÄÄ YLIPÄÄTÄÄN AIHEESTA
GAY-MATKAILU?**

**38. MITÄ MUUTA HALUAISITTE KOMMENTOIDA MATKAILUUN TAI
TÄHÄN KYSELYYN LIITTYEN?**

KIITOKSIA VASTAUKSESTANNE!